revista del
consumidor
informa, capacita y orienta
UNA PUBLICACION MENSUAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR/NUMERO 112/JUNIO DE 1986/60 PESOS

Que no le metan gol

No tiremos la salud

El brinco: un recorrido científico

El padre no es el que regaña y ordena
o el que halaga y compra regalos sin pensar.
Para ser padre es necesario convivir con la familia,
dedicarle el mayor tiempo posible, no necesariamente
compartiendo con los hijos la televisión.
El padre educa y comprende, junto con su pareja, a sus hijos.
Los modela como mejores estudiantes,
mejores trabajadores y seres humanos. Puede disciplinar
sin ser autoritario, y ofrecer ternura sin caer en excesos,
para que la familia viva siempre en armonía.

DIRECTORIO INCO

Dirección General
CLARA JUSIDMAN DE B

Dirección Técnica
FERNANDO URDANIVIA CORIA

Dirección de Promoción
ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR

Dirección de Producción Audiovisual y Editorial
MARTHA SUSANA RUIZ DE SARAVIA

Dirección de Finanzas y Administración
MANUEL GALVAN ZUART

Coordinación de Delegaciones
GRISELDA ARISTA QUEZADA

SUBDIRECCIONES

Estudios Socioeconómicos
GUSTAVO PONCE MELENDEZ

Estudios Técnicos
LUIS JUAREZ SUAREZ

Promoción
RODOLFO F. PEÑA VILLANUEVA

Producción Audiovisual y Editorial
JOSE LUIS GARCIA NAJERA

DELEGACIONES

Chihuahua
VICTOR MANUEL BARRIGUETE

Estado de México
GABRIEL GAMA FLORES

Guanajuato
LUIS O. MEDELLIN OCHOA

Guerrero
MARGARITA GALEANA ADAME

Hidalgo
ESTEBAN G. CHAPA ZAMORA

Jalisco
RODOLFO ALFARO AGUIÑAGA

Morelos
RAUL CARBONELL CARDENAS

Nuevo León
FRANCISCO JAVIER NUÑEZ

Puebla
ROBERTO ARTECHE LUGO

Sonora
GUILLERMO A. REYNA CELAYA

Tamaulipas
GUILLERMO NUÑEZ VELA

Tlaxcala
JOSE LUIS ARGUIJO TORRES

Veracruz
JAVIER ESCALERA LEANDRO

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

Editorial

La celebración del mundial México 86 nos da la pauta para invitarlo a reflexionar sobre "El deporte y el consumo", tema central de este número. Nos inquieta sobre manera observar cómo el deporte, llámese futbol, tenis, beisbol, o como se llame, de ser una disciplina física, se ha convertido en una demanda permanente de artículos para obtener "por arte de magia" salud y buena condición corporal; pero lo más grave no es eso, sino el hecho de que de un tiempo para acá millones de personas sólo lo conciban como un espectáculo, transformándolo en un auténtico negocio de unos cuantos que, cosa curiosa, nada tienen que ver con la salud del pueblo. También nos alarma, y al manifestárselo convocamos a su cordura y austeridad, evidenciar la desproporcionada y excesiva manipulación de los medios de comunicación, particularmente la televisión comercial, que ha perdido todo sentido de la realidad económica, política y social que vive la Nación, para inducirnos a una nueva forma de agitación o furor colectivo.

José Cueli, psicoanalista, catedrático y escritor, nos dice: "La manía masiva del espectador deportivo, nueva fórmula psicoquímica para dejar lisitos a los habitantes de las grandes ciudades por algún tiempo, antes de regresarlos a la cruda realidad de su hambre, de su conflictiva diaria..."

SUMARIO

Es muy común que durante esta época futbolística, la publicidad induzca, más que en otras ocasiones, al consumo de productos chatarra. Es importante recordar que estos pueden ser sustituidos fácilmente por alimentos preparados en casa, que además de ser más higiénicos, nutritivos y económicos, son más sabrosos.

En general, todos los deportistas se abstienen de refrescos, golosinas, tabaco y alcohol para gozar de buena salud. Además el deporte debe practicarse y no consumirse, nos dice Javier Aguirre, jugador de la Selección Nacional de Futbol.

El problema de la basura trae consigo otro de igual magnitud: las ratas. Los depósitos de basura se han convertido en lugares dónde estos animales proliferan de manera alarmante. El riesgo se multiplica pues no son sólo un foco de infección y contaminación ambiental, sino que los roedores se vuelven portadores de enfermedades tan graves como la rabia.

INDICE

Editorial	1
Noticias	3
Comestibles chatarra y el Mundial de Futbol	4
Gánele al consumismo	5
Sea saludable sin decir "salud"	7
Hospedaje y alimentos	9
Entrevista a Javier Aguirre	11
Que no le metan gol	14
Frutas: Adquiéralas en temporada y disfrútelas todo el año.	15
Consulte a la doctora naturaleza	18
No tiremos la salud	21
Comportamiento de precios	24
El ejercicio es beneficio	26
Los jabones	28
Importancia de la estimulación temprana	30
Lluvia ácida	33
Las películas del espacio invaden la pantalla	35
El juego de pelota	37
La cocina tradicional	40

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Consejo Editorial
CLARA JUSIDMAN DE B.
FERNANDO URDANIVIA CORIA
ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR
MARTHA SUSANA RUIZ DE SARAVIA
GRISELDA ARISTA QUEZADA

Jefatura de Publicaciones
LEONOR AZCARATE

Coordinación Editorial
GUILLERMO SAROUIS F.

Redacción
PATRICIO AVITIA/FAUSTO IDUETA

Suplemento "El Brinco"
MARIE PUGA

Reporteros
J. EDUARDO AGUILAR/AMALIA BELTRAN E./MARTA SANDRA GARCIA/ENRIQUE PARADA/OSCAR ROMERO ROJAS/JUAN RAMON ZABALEGUI/GENERO NUÑEZ

Producción Fotográfica
ARMANDO SALGADO FERNANDEZ

Reporteros Gráficos
CARLOS MACIAS/FERNANDO ROJAS/ GUSTAVO ADOLFO CARRILLO VELEZ

Departamento de Arte y Diseño
AUGUSTO APON GARCIA

Formación, Ilustraciones y Viñetas
MARCELO AHUERMA S./FRANCISCO ALATRISTE T./ALMA ELENA ARENAS G./ DOLORES RAMIREZ/JESUS RODRIGUEZ G./NORA GARCIA PAEZ

Asistentes del Departamento de Publicaciones
CARLOS HERRERA BARRAGAN/MA. GUADALUPE HERRERA MEJIA/MARIA BARBARA SANCHEZ.

Impresos:
MARIA DOLORES FERNANDEZ MORETT

APOYO ESPECIAL AL NUMERO 112 DE LOS DEPARTAMENTOS

Análisis sobre Comunicación
JOSE CHAN ESCALANTE
Información y Orientación Directa
GREGORIO ALANIS PARDIÑAS
Derechos del Consumidor
HECTOR I. MEJIA ALVARADO
Documentación e Información
FRANCISCO JIMENEZ ROJANO
Educación para el Consumo
FLAVIO RUIZ SUAREZ
Comunicación Social y Relaciones Públicas
FRANCISCO BALDERAS GUZMAN
Bioquímica
ANA MA. C. DE HAQUEHT
Estudios Económicos
ARACELI MORENO ACOSTA
Seguimiento y Análisis del Consumo
JOSE MANJARREZ MEDINA
Ingeniería
EDUARDO MARTINEZ PACHECO

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Tiene como objetivo ofrecer a sus lectores información y recomendaciones acerca de toda clase de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar y la búsqueda de alternativas de consumo y mejores hábitos para el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.

El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta Revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.

Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría Legal de la Dirección General, Lic. César Garizurieta, Insurgentes Sur 1228-11º piso, Código Postal 03210, o al Apartado Postal 20600, México, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Editora de Periódicos, S.C.L. Basilio Vadillo No. 40 Apartado Postal 947 México 1, D.F., Tipografía: TIPART —Tipografía y Formación— México, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependientes de la SEP. Oficio No. 1227 del 30 de abril de 1981. Reserva de derechos al uso exclusivo del título de la Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro No. 015-1176, Características 218621408.

Prohiben anunciar alimentos chatarra

La Secretaría de Gobernación ha resuelto poner alto a la publicidad de productos chatarra, establecer normas severas para los anuncios de bebidas alcohólicas y cigarros, impedir que se utilicen niños en las promociones publicitarias y "evitar que se afecten elementos de sensibilidad social al presentar ambientes contrarios a los nuestros".

En una reunión que el director de Radio, Televisión y Cinematografía, (RTC) Jesús Hernández Torres, tuvo con directores de diversos organismos privados relacionados con la publicidad, se establecieron lienamientos muy precisos a los que deberá sujetarse la publicidad.

Destaca entre los señalamientos hechos por RTC, la prohibición para que se use a menores de edad como modelos publicitarios.

Se advirtió a los publicistas que en materia de anuncios de alcohol y cigarrillos, no deberán exaltarse las características del producto ni las técnicas de elaboración.

Al anunciarse toallas sanitarias no deberá presentarse el producto, sino exclusivamente la caja o paquete sin mencionar sus características. Actualmente se anuncian toallas Saba, en las que se habla de sus características. En algunos casos se ha llegado a usar tinta sobre las toallas para mostrar su capacidad de absorción.

Terminantemente se les indicó que deberá evitarse la promoción de alimentos chatarra. Ha ocurrido desde hace varios años que la publicidad de botanas influyó en la alimentación de sectores económicamente débiles, que sustituían con éstos su alimentación normal en condiciones desventajosas para su nutrición y su economía.

Otra disposición importante fue la de establecer normas que obligan a que la producción se haga en México, para lo cual se habló de establecer un certificado de origen. Desde hace tiempo muchos anunciantes, incluyendo los del sector paraestatal, hacen su producción en los Estados Unidos, lo que representa una importante salida de divisas.

En la reunión se anunció que se celebrarán nuevas reuniones para implementar las disposiciones que les fueron anunciadas.

Fuente: Información tomada de la revista *Punto*.

Red de acción contra los pesticidas (PAN-Pesticide Action Network)

La PAN por sus siglas en inglés Pesticide Action Network es una red sistema intercomunicado— internacional de asociaciones, grupos y personas que se oponen al uso irracional de los pesticidas peligrosos.

Los pesticidas, junto con los fungicidas y otras substancias químicas, se conocen con el nombre genérico de plaguicidas. Sirven para combatir las plagas de insectos, roedores y yerbas que dañan las cosechas. Pero como substancias tóxicas que son, pueden resultar venenosos para el hombre y los animales no nocivos. Algunas manifestaciones de intoxicación con plaguicidas son: dolor de cabeza, vómito, desvanecimiento, enrojecimiento de la piel, y hasta daños mayores como el cáncer y la muerte.

La PAN surgió en mayo de 1982 como conclusión de la conferencia sobre comercialización de pesticidas realizada en Penang, Malasia. Esta conferencia fue organizada por IOCU (International Organization of Consumers Unions), la Organización Internacional de Uniones de Consumidores, en coordinación con Sahabat Alam Malaysia (Amigos de la Tierra, Malaysia),reunió a más de 40 representantes de 16 países; su preocupación colectiva por el daño y sufrimiento humano causado por la proliferación mundial de compuestos químicos mortales hicieron posible el nacimiento de la PAN.

En la actualidad la PAN se ha extendido en Europa, América Latina, Asia y Norte América. Entre sus objetivos consideran los siguientes: extender el abonamiento tradicional biológico y terminar con el mal uso de pesticidas, lograr la imposición de controles a la exportación e importación de substancias químicas peligrosas (en particular pesticidas) y terminar con el círculo vicioso en el que los pesticidas venenosos, usados en el Tercer Mundo, se convierten en residuos en los alimentos que se consumen alrededor de todo el mundo.

Los participantes de la PAN realizan una amplia gama de actividades a favor de la erradicación o mejor uso de los pesticidas: investigaciones, acciones directas son organizaciones de campesinos, estudios y análisis técnicos, difusión y propaganda, e intercambio de información.

En la actualidad PAN viene desarrollando una campaña contra doce pesticidas "la docena sucia" ("The Dirty Dozen"), que son considerados particularmente peligrosos, y especialmente en las condiciones de uso del Tercer Mundo.

Para mayor información dirigirse a:
Friends of the Earth
1045 Sansome Street
San Francisco, CA 94111
USA
Fundación Natura
Casilla 243
Quito
ECUADOR

Fuente: Artículo tomado de la revista *IRED/FORUM*.

Comestibles chatarra y el Mundial de futbol

Amalia Beltrán E.

Para fomentar el consumismo todo pretexto es bueno, por ejemplo, con motivo del Campeonato Mundial México 86, los publicistas han acaparado los medios de comunicación para invadirnos con comerciales de "comida chatarra". Si usted se dispone a pasar buena parte de su tiempo ante el televisor viendo los partidos del mundial, organícese con su familia o con sus amigos para que preparen muy bien lo que van a comer y beber.

A pesar de lo que diga la publicidad, debemos recordar que los "productos chatarra" son las bebidas y comestibles que nutricionalmente aportan poco a quien los consume. Además, la mayor parte de las sustancias que contienen pueden resultar nocivas a nuestro organismo e incluso, perjudicarlo si se toman en exceso.

La comida chatarra se clasifica en cuatro grupos: pastelillos industrializados, dulces y golosinas, frituras o botanas y refrescos embotellados o en polvo.

Las frituras contienen relativamente grandes cantidades de grasas vegetales y carbohidratos, que al ser ingeridos se transforman en energía. Además de su alto costo, no son nutritivas, y cuando se trata de frituras muy saladas proporcionan al cuerpo una sobrecarga de cloruro de sodio que puede provocar hipertensión arterial, entre otras alteraciones.

Si se desea disfrutar de nutritivas botanas, éstas pueden prepararse en casa con un mínimo de trabajo y costo. Por ejemplo, pueden hacerse de maíz, utilizando tortillas en tiritas o cuadritos, friéndolas en aceite y añadiendo después una poca de sal, limón y chile piquín. También las palomitas de maíz caseras superan el sabor de las que tan reiteradamente anuncian por televisión. Los cacahuates pueden comprarse a granel y no en bolsa, lata o frasco.

Otro tipo de botanas igualmente nutritivas, pueden ser las verduras en vinagre, las zanahorias y pepinos frescos en tiritas con sal, chile y limón, los trocitos de jícama, etcétera. Las posibilidades son múltiples y sólo se necesita de imaginación y un poco de trabajo.

En cuanto a refrescos se refiere, existen dos tipos en el mercado: los embotellados y en polvo. Los primeros están constituidos básicamente por colorantes, saborizantes, acidulantes y preservadores. Los segundos, suelen estar elaborados únicamente por compuestos químicos. Los saborizantes pueden estar hechos a base de extractos alcohólicos, emulsiones y zumos frutales; los aceites esenciales que proporcionan sabor pueden ser naturales, compuestos o sintéticos.

A su alto costo, debemos agregar que las substancias empleadas en la elaboración de refrescos, tanto embotellados como en polvo, son irritantes, capaces de originar transtornos gastrointestinales debido a los acidulantes y al gas. Además, el azúcar que contienen ayuda a la formación de caries y no son nada nutritivos.

Una buena decisión, es preparar aguas frescas con fruta de temporada, las cuales además de su bajo precio nos proporcionan proteínas, carbohidratos, minerales y vitaminas.

Para disfrutar los juegos, no le haga el juego a la publicidad. Prepare usted mismo sus botanas y refrescos, gastará mucho menos y les brindará a los suyos alimentos sanos, higiénicamente preparados.

Gánele al consumismo

(con su mismo par de tenis, playera y pantalón corto)

Oscar Romero

Aun sin sudar la gota gorda, un destacado publicista podría tratar de imponer el siguiente refrán: "dime cuántas marcas usas y te diré qué tan deportista eres".

El deporte se ha transformado para la publicidad en un objeto más de consumo y, por tanto, en un negocio altamente redituable.

Al igual que las industrias de automóviles y cosméticos, el deporte constituye, para algunos empresarios, una actividad susceptible de imponerse como moda y que puede ser aprovechada como "gancho" para fomentar el consumo de algunos otros artículos.

Se llega a dar el caso de que la publicidad sea tan constante y efectiva, que en varios países, deportes que ni siquiera se practicaban "por correspondencia", en unos meses se imponen como el deporte de moda.

En México, por ejemplo, tal fue el caso del tenis. Cuando este deporte sólo era practicado en algunos países de Europa y Estados Unidos, principalmente, para promover sus productos dos importantes empresas se dieron a la tarea de patrocinar en la televisión los encuentros internacionales de tenis.

Además, apoyados por una firma de artículos deportivos, organizaron torneos de este deporte a nivel nacional. A la transmisión de partidos, siguió una campaña publicitaria de raquetas, pelotas, pantaloncitos cortos y playeras, en donde muy frecuentemente los supuestos tenistas aparecían rodeados de guapas mujeres y deslumbrantes coches.

Y esto efectivamente era cierto, pero no para los millones de aficionados que seguían minuto a minuto los encuentros, ni aún

para aquellos que raqueta en mano se animaban a saltar a la cancha pulcramente ataviados con "prestigiadas" marcas; sino para aquella docena de extraordinarios tenistas que además se decidieron a integrarse al negocio del deporte.

Por ejemplo, para 1979 la Asociación de Tenistas de Estados Unidos (American Tennis Association), informó que por concepto de anuncios y utilización de marcas deportivas durante sus encuentros, así como por anuncios publicitarios, el tenista Bjon Borg obtuvo durante ese año 559 mil 354 dólares; John McEnroe, 540 mil 238; Jimmy Connors, 446 mil 340; y Peter Fleming, 270 mil 715 dólares libres de polvo y paja.

Así, con una difusión exhaustiva sobre todo en la televisión, para principios de esta década el tenis se convirtió en el deporte de moda en nuestro país.

Lo mismo sucedió con el karate: luego de la profusión de películas sobre las aventuras de Bruce Lee, y tras la transmisión en nuestro país de una serie televisiva que hablaba de las bondades de las artes marciales, la imagen de aquellos pequeños hombres saltarines, de ojos rasgados, piernas ágiles y certeras palmas rompe ladrillos, para la industria queda-

ron congelados en posters, "chacos" y contribuyeron a la explosión de academias y escuelas de karate.

¿Atrapados sin salida en el consumismo?

¿Cómo es posible que determinada actividad deportiva se ponga de moda en forma repentina? Al respecto, el psicólogo Ariel Fernández, del Departamento de Actividades Deportivas de la UNAM explica que: "salvo excepciones, los comerciales deportivos no buscan formar deportistas, sino consumidores desenfrenados que anhelan, vestimentas y prestigio de "estrellas deportivas".

El psicólogo Fernández precisa que "pese a que la esbeltez y en general la buena formación corporal tienen que ver con la práctica constante del ejercicio y el deporte; para los publicistas estas cualidades físicas no son sino el resultado de adquisición de marcas y etiquetas".

Agrega que "es por ello que en los anuncios publicitarios vemos que, como por arte de magia, del consumo de refrescos, galletas y demás alimentos chatarra, emergen campeones con cuerpos vigorosos que, además de sonrientes, de pasadita nos venden marcas de prendas deportivas".

Y a continuación explica el "éxito" de estas campañas publicitarias: "Venden sueños (imposibles de realizar en la vida cotidiana) de prestigio y poder económico. Nosotros generalmente acudimos a comprar sus productos y vestimentas (que son lo externo y lo superficial), porque con ellas creemos sustituir nuestro desgano para comprometernos a realizar cambios profundos e internos en nuestra persona (como por ejemplo organizarnos diariamente para ejercitar nuestro cuerpo)."

Concluye que "poco a poco, sin darnos cuenta, nos convertimos en pasivos consumidores del deporte y sus artículos. Y a ello contribuye la industria que se encuentra mon-

tada sobre el espectáculo: los principales patrocinadores deportivos, particularmente del box y el futbol, son compañías cerveceras. Y en los estadios la contienda más bien se entabla entre el espectador y los vendedores de banderines, playeras, gorras, naranjadas, tacos, refrescos, llaveros, dulces, cigarros, etcétera".

Por supuesto que el espectador no se convertirá en deportista sólo por echar porras. Si acaso compartirá la emoción, pero no las ventajas físicas del deportista.

¿Por qué es tan importante el deporte?

En este sentido, el doctor Arturo Liceaga, de la Dirección General de Promoción Deportiva, afirma que "el gran reto que nos impone la industria del deporte es: pasar de espectadores a actores del deporte".

Comenta que "en una sociedad que da más importancia a las máquinas que a los seres humanos, nadie necesita que le expliquen por qué debe aceitar su coche, pero muchos no comprenden por qué deben mantener su cuerpo en buen estado".

Señala que en una vida diaria llena de enojos, presiones, molestias en el transporte y el trabajo, vida por demás sedentaria, el deporte no es sólo una forma para canalizar las tensiones, sino un mecanismo eficaz de encuentro con nosotros mismos, de goce y de salud.

Al respecto, el profesor Abraham Ferreiro Toledano, especialista por muchos años en el tema de deporte y pedagogía, afirma que "el deporte no es sólo un medio de lograr belleza corporal, sino un factor importante en la formación de la personalidad y la coordinación entre el cuerpo y la mente".

Agrega que "la práctica del deporte además ayuda a la corrección de posturas, mejoramiento del ánimo, pero fundamentalmente inculca sentimientos de cooperación y solidaridad. Asimismo, al tiempo que renueva el entusiasmo para el estudio y el trabajo, ayuda a retirar complejos, aleja tensiones características de la época y contribuye a aumentar la confianza en las capacidades propias".

El Antideporte

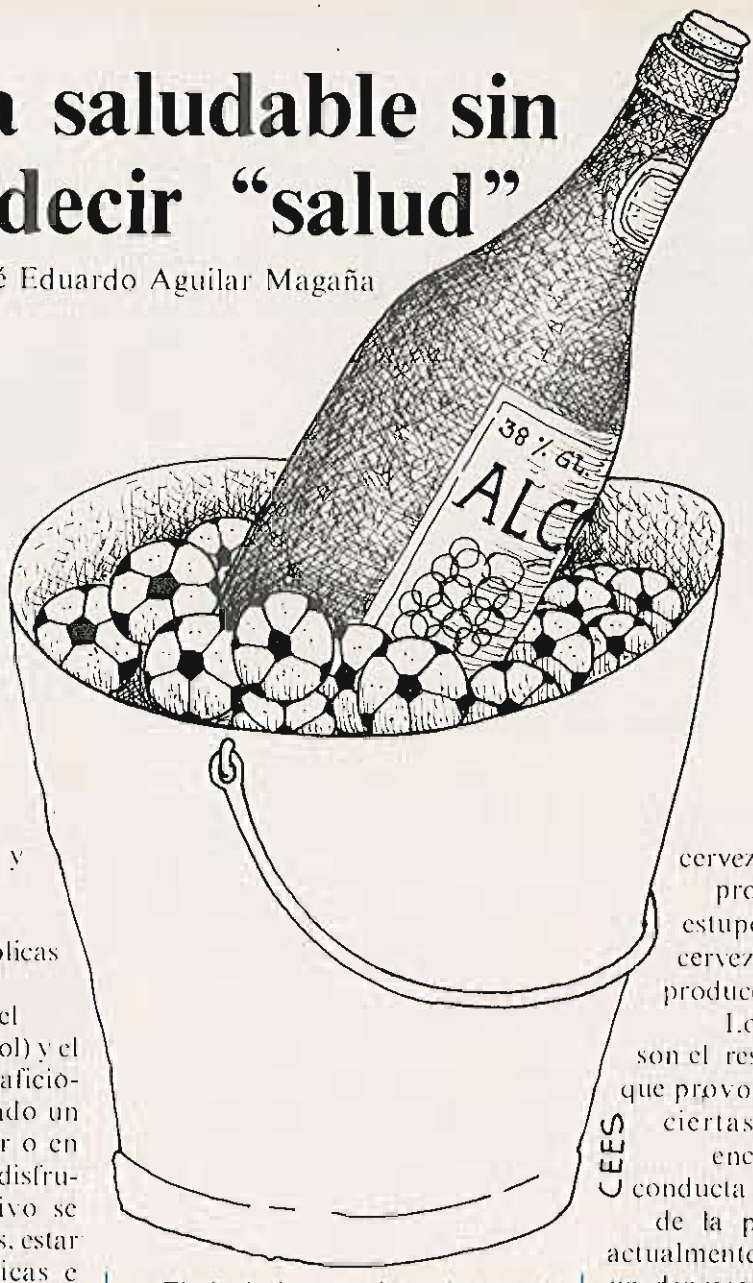
En cuanto a las prácticas que denigran el deporte, el profesor Ferreiro indica que una de las más frecuentes es "el deseo desmesurado de victoria en las competencias, que se convierte en un impulso enfermizo de poder. Otros son, el suministro de drogas a los deportistas, las apuestas en los juegos, la comercialización del deportista y, por último, una que esperamos que no esté presente en el mundial de futbol: el nacionalismo excesivo, que consiste en que los espectadores sólo piensen en la gloria, en el orgullo de ganar. Es un error común en la gente idealizar la victoria y buscar la culpa en el árbitro o el equipo contrario".

Y para concluir, algunos anticomerciales, en pro del deporte:

Dejemos de ser fanáticos gritones espectadores. Vamos a decidirnos a ser deportistas. Practiquemos el deporte: lo único que necesitamos es un pantalón corto, una camiseta y las ganas de vivir. El deporte no es una rutina ni un trabajo, es un placer que genera salud.

Sea saludable sin decir "salud"

José Eduardo Aguilar Magaña



Ya está aquí el Mundial y con él, toda una avalancha publicitaria que incita al consumo de bebidas alcohólicas que pretende crear una relación indisoluble entre el deporte (en este caso el futbol) y el alcohol. No importa si el aficionado se encuentra observando un partido frente a su televisor o en las gradas del estadio; para disfrutar el espectáculo deportivo se necesita, según los publicistas, estar acompañado de bellas chicas e ingerir bebidas alcohólicas.

En un estudio realizado por el Instituto Nacional del Consumidor se encontró que el gasto publicitario realizado en 1985 para anunciar bebidas alcohólicas por televisión, ascendió a 22,557.4 millones de pesos, cifra que sobrepasó a la de otros muchos productos anunciados durante el mismo año. Este dato es abrumador, si se observa que la publicidad manipula la información a su libre elección, imponiendo patrones y modelos de conducta que no en todos los casos corresponden a la realidad.

El alcohol es considerado actualmente una droga, con todo lo que esto implica. El problema está en el alcohol y no en la calidad, coloración o procedencia de la bebida.

Los efectos que provoca la ingestión de bebidas alcohólicas en el organismo se dividen en inmediatos y tardíos.

En un individuo normal los efectos inmediatos son claramente observables. La ingestión de 30 mililitros de alcohol (el equivalente a dos cervezas o dos copas de tequila) provoca desinhibición; 60 a 80 mililitros (4 a 5 cervezas o copas de tequila) producen euforia; 140 a 170 mililitros (11 a 13 cervezas o copas de tequila) provocan somnolencia y estupor; y 680 mililitros (45 cervezas o copas de tequila) producen coma y la muerte.

Los efectos mencionados son el resultado de la depresión que provoca el alcohol sobre ciertas estructuras cerebrales encargadas de modular la conducta y las funciones vitales de la persona, ya que, como actualmente se sabe, el alcohol es un depresor y no un estimulante, que interfiere en la eficiencia de la función mental, especialmente con el proceso del aprendizaje y la facultad de juzgar y discriminar.

De ahí el hecho de que una persona alcoholizada pueda adoptar diferentes conductas: júbilo y euforia incontenibles, tristeza y depresión, o agresividad verbal y física.

Además, los efectos inmediatos del alcohol dependen de la tolerancia desarrollada por el sujeto. Es bien sabido que la persona habituada puede beber mucho más que un bebedor ocasional y manifestar mucho menos efectos inme-

Diversos estudios han demostrado que cualquier tipo de bebida alcohólica, consumida en exceso, daña inevitablemente al organismo humano al producir toxinas que provocan alteraciones físicas y mentales.

El contenido de alcohol varía de acuerdo al tipo de bebida. Nos referiremos especialmente a las que se consumen en México.

Cerveza. Desde tiempo inmemorial ha sido una bebida popular. Se conocía en China desde épocas remotas. Se obtiene mediante un laborioso proceso que se inicia con la fermentación de un mosto zumo (elaborado con granos de cebada germinada) lúpulo (planta que sirve para dar sabor amargo a la cerveza), levadura y agua. Entre sajones y daneses llegó a ser muy popular y éstos la llevaron a Inglaterra. En Alemania es la bebida nacional. En México, en gran parte de la República, también es una bebida de mucho consumo. La cerveza tiene bajo contenido alcohólico (no mayor de 5 por ciento), contiene, además, proteínas en mínima cantidad, aunque también azúcares.

Mezcal y Tequila. Se extraen de los magueyes y ambas son bebidas de gran consumo en todo el país. Las naturales y las adulteradas contienen una gran proporción de alcohol. Tanto el tequila como el mezcal tienen de 40 a 50 por ciento de alcohol.

Vinos y bebidas destiladas. La elaboración de vino es un poco menos complicada que la de la cerveza. Consiste principalmente en hacer fermentar, en determinadas condiciones, el zumo de las uvas. El contenido alcohólico suele ser de 8 a 10 por ciento, y en algunos casos puede llegar hasta 17 o 18 por ciento. Con frecuencia es una bebida adulterada.

Además de los efectos devastadores del alcohol en el organismo, debemos agregar el de las sustancias empleadas de manera irresponsable por los fabricantes para adulterar las bebidas.

diatos. Es decir, el alcohólico puede ingerir cantidades excesivas de alcohol sin mostrar signos alarmantes de embriaguez, debido a que aumenta gradualmente la capacidad del hígado para destruir el alcohol de la sangre. Sin embargo, ésta disminuye nuevamente si la ingestión es constante y por largos periodos.

Una consecuencia bien conocida de la intoxicación alcohólica aguda es el estado caracterizado por dolor de cabeza, náuseas, agitación y temblor, que ha recibido el nombre de "cruda".

No está comprobado que la mezcla de bebidas o su contenido de ciertas sustancias sea la causa de este estado. El hecho es que éste puede ser tan intenso, que en ocasiones se presentan alucinaciones, convulsiones y *delirium tremens* (que se caracteriza por confusión, desorientación, alucinaciones, sudor, hipertensión arterial y fiebre).

El consumo habitual de grandes cantidades de alcohol puede provocar efectos tardíos y trastornos en diversas funciones corporales y mentales. El más conocido y frecuente es la cirrosis hepática, que es el resultado de la muerte de las células del hígado por acción del alcohol. De esta manera, el hígado pierde su capacidad para destruir las sustancias tóxicas que los tejidos del cuerpo producen normalmente y que repercute en todos los aparatos y sistemas del organismo.

Las neuropatías son alteraciones de los nervios periféricos que se presentan como dolor en diversas partes del cuerpo, sensación de adormecimiento en las manos y pies, hormigueo y falta de fuerza en las extremidades.

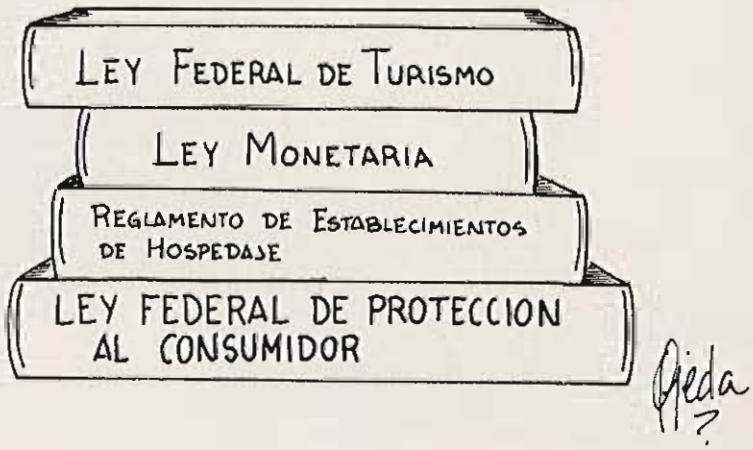
La gastritis, úlceras y pancreatitis son frecuentes en personas que abusan del alcohol. También suelen presentarse enfermedades cardíacas agudas y crónicas, así como desnutrición de diversos tipos y grados.

Además de los efectos en el organismo, el abuso del alcohol produce estragos en la economía familiar, ya que es la principal causa de ausentismo en el trabajo, altera de manera importante las relaciones familiares y hace del alcohólico un ser rechazado por la sociedad.

Y a todo esto usted se preguntará ¿qué tiene en común el alcohol y el deporte?

Hospedaje y alimentos

Amalia Beltrán E.



Si es usted turista y desea disfrutar del Mundial de Futbol México 1986, no permita que en hoteles y restaurantes le "metan gol".

Una práctica común es que cuando existe mayor demanda en hospedaje y alimentos, los prestadores de dichos servicios abusen del turista, tanto nacional como extranjero, violando los precios fijados por la Secretaría de Turismo, (SECTUR) exigiendo el pago en moneda extranjera, no cumpliendo con las reservaciones aceptadas.

Como turista, es casi seguro que necesite utilizar los servicios mencionados, pero para que no sea víctima de restauranteros y hoteleros abusivos, es necesario que conozca algunos artículos de la Ley Federal de Turismo:

Artículo 49. Son obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, de restaurantes, cafeterías y similares:

I. Exhibir en lugar visible y en la entrada del establecimiento la lista de precios autorizados.

II. Conservar las instalaciones y equipo en estado de uso e higiene.

III. Cumplir con las reservaciones aceptadas.

IV. Abstenerse de realizar cualquier práctica o política discriminatoria.

Asimismo, del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje le damos a conocer los siguientes artículos:

Artículo 4o. Se consideran como establecimientos de hospedaje aquellos inmuebles en los que se ofrece al público, el servicio de alojamiento en habitación (comprendiendo: los hoteles, moteles, albergues, habitaciones con sistema de tiempo compartido o de operación hotelera, suites, villas o bungalows, exhaciendas y construcciones con valor histórico en las que se proporcione el servicio de alojamiento, complejos turísticos y demás establecimientos de hospedaje).

Artículo 19. En la promoción y publicidad que se haga en relación con los establecimientos de hospedaje, así como a la entrada de los mismos, deberá indicarse claramente la categoría que en cada caso haya sido otorgada por la SECTUR.

Artículo 22. Las tarifas establecidas por la SECTUR estarán determinadas en moneda nacional, por día y sin considerar servicios complementarios.

Artículo 25. Las tarifas establecidas o autorizadas por la SECTUR, deberán exhibirse claramente a los turistas en el área de recepción o acceso de los establecimientos.

Artículo 27. Si el servicio de alojamiento fue reservado y pagado totalmente con anticipación, al momento en que se proporcione el servicio, se respetará la tarifa pagada. Si sólo se pagó un anticipo, se podrá ajustar el aumento correspondiente a la tarifa vigente, en el momento en que se preste el servicio.

Artículo 28. Los prestadores podrán cobrar anticipos a los turistas por concepto de reservaciones, extendiendo los recibos correspondientes. Cuando el servicio se pague totalmente o se haya dejado de hacer uso del mismo se extenderá la factura respectiva.

Artículo 29. Las reservaciones confirmadas por escrito por los prestadores, deberán ser respetadas en los términos acordados.

Artículo 46. Cuando el turista considere que no ha recibido los servicios del prestador en los términos de lo ofrecido, pactado o de

las previsiones del reglamento, podrá presentar una queja por escrito ante la Secretaría de Turismo o hacerla constar en el registro de quejas y sugerencias.

Por otra parte, la Ley Monetaria también protege al turista. Conozca usted el artículo 8o. que dice:

"La moneda extranjera no tendrá curso legal en la República, salvo en los casos en que la ley expresamente lo determine. El pago de obligaciones contraídas en moneda extranjera, ya sea fuera o dentro de la República, para ser cumplidas en ésta, se solventarán entregando el equivalente en moneda nacional, al tipo de cambio que rija en el lugar y fecha en que se haga el pago".

Con respecto al artículo anterior, aunque se señala que el cobro de servicios debe ser en moneda nacional, cabe la posibilidad de que pueda realizarse en moneda extranjera. El turista debe elegir cualquiera de las dos opciones, sujetándose a lo señalado en la Ley Monetaria.

Si al solicitar un servicio de hospedaje o alimentos considera que se está violando algún artículo de los mencionados, exponga su queja a la Secretaría de Turismo, la cual cuenta con dos módulos de información, orientación y quejas, ubicados en Presidente Mazarick No. 172, Col. Polanco y en el Centro Internacional de Prensa, junto al Hotel Presidente Chapultepec.

Ambos funcionan en un horario de 8:00 a 20:00 horas de lunes a viernes. También puede llamar a los teléfonos de esta misma Secretaría: 250-01-51, 250-04-93, 250-05-89, 545-43-06, 250-86-01, 250-84-19 y 250-01-23.

Igualmente la Procuraduría Federal del Consumidor recibe quejas al respecto, en el teléfono: 761-38-11. Si tiene alguna duda de dónde y cómo denunciar alguna anomalía de prestadores de servicios, puede llamar al 568-87-22 del Instituto Nacional del Consumidor.

FOLLETO DEL INCO

Delegaciones de la Secretaría de Turismo para quejas de turistas en provincia.

Estado de México
Av. Vicente Villada
No. 123, Col. Centro,
Toluca, Edo. de México.
Tel. 489-61 y 303-88

Estado de Guanajuato
Garza No. 90,
Guanajuato, Gto.
Tels. 201-23, 202-14,
202-44 y 202-84.

Estado de Jalisco
Paseo Degollado s/n,
Plaza Tapatía,
Guadalajara, Jal.
Tels. 14-86-65, 14-83-71,
14-85-43 y 14-87-53.

Estado de Nuevo León
Palacio Federal, tercer piso, Av. Presidente Benito Juárez y Corregidora, Cd. Guadalupe Monterrey, Nuevo León.

Estado de Puebla
13 Sur No. 1203
Puebla, Pue.
Tels. 40-90-09 y 40-92-09.

Estado de Querétaro
Puente de Alvarado
No. 102-4, Col. Las Carretas, Querétaro, Qro.
Tels. 432-73 y 248-28.

Teléfonos de las Delegaciones Federales de la Procuraduría Federal del Consumidor:

Guadalajara:	14-94-01, 14-94-16 y 13-96-72.
León:	3-42-57, 454-12
Monterrey:	40-50-73, 40-50-74 y 40-51-66.
Puebla:	46-13-00, 46-58-61 y 46-81-05.
Querétaro:	424-11, 426-60 y 428-23.
Toluca:	550-70, 570-71 y 570-62.

Javier Aguirre

Un deportista no consumista

Oscar Romero

Muchas veces nos preguntamos ¿cómo es posible que algunas figuras deportivas sean utilizadas para fomentar el consumismo entre los aficionados?, ¿cuáles son los límites que indican en dónde acaba el deporte y dónde comienza el consumo?, ¿cuáles son los mitos y realidades del deporte?

Sobre estos temas nos habla el futbolista Javier Aguirre, destacado jugador que en la etapa preparatoria para el Mundial de Futbol se colocó como el líder goleador de la selección mexicana.

R. del C.: ¿Qué tan válido es que la industria publicitaria se aproveche de los jugadores para promover la venta de artículos?

J. A.: Bueno, yo contesto desde mi posición de jugador. Nosotros tenemos un ciclo de vida como jugadores de 6 a 8 años y, en esa medida, pues tratamos de sacar el mayor provecho posible en este periodo. Más aún, si lo único que sabes hacer es jugar futbol, es de entenderse que si llega un señor y te dice: "oye ponte una marca de zapatos y te doy dinero", tú haces una evaluación y si no te denigra el uso de esa marca, si no implica otras responsabilidades, pues aceptas porque sabes que dentro de cuatro años ya no vas a estar en el primer plano, ya nadie te va a hacer caso. Yo soy un convencido de que los futbolistas se tienen que preparar porque es muy difícil en México vivir sólo como futbolista. Actualmente hay 22 jugadores en la Selección Nacional y habrá otros 20 o 30 que vivan bien, con la posiblidad de comprar un coche o de tener un departamento, una casa y un ingreso fijo bastante aceptable; pero somos la minoría (y me incluyo de ese lado porque tengo ya 8 años como seleccionado y 10 como futbolista profesional).

Afortunadamente yo tuve la oportunidad de estudiar una licenciatura en Administración y no tengo mucho miedo sobre lo qué sucederá cuando se me acabe el futbol, pese a que no tengo ningún interés en ser entrenador, preparador físico o administrador de una selección.

Está en cada jugador la decisión de anunciar, nadie te impone con una pistola: "firma para esta marca o te matamos o anuncias mis cigarros o te elimino". Está en el jugador si quiere anunciar un alimento chatarra o si quiere anunciar una marca de automóvil. Es un problema de principios.

Por otra parte, la mercadotecnia se aprovecha de la moda: actualmente la moda es el futbolista y la Selección Nacional y si el futbolista sale anunciando un refresco embotellado, desde luego va tener más impacto que si lo hace un lanzador de jabalina o un nadador. Por eso hoy prolifera este tipo de anuncios. Y constituye para nosotros la única oportunidad de hacernos de un patrimonio.

Nos sucede lo mismo que a los artistas. La estrella de cine o de la telenovela de moda, es quien más sale en la televisión anunciando productos de embellecimiento o ropa; de repente no está la novela en el aire o la película salió de cartelera, y no vuelven a aparecer en 4 años.

R. del C.: ¿Qué alternativa hay?

J.A.: Yo creo que con un sindicato de futbolistas se dignificaría un poco la profesión. Así se acabarían los jugadores oportunistas o los jugadores "inflados" (que están en lugares que no les corres-

ponde) dado que se podrían establecer clasificaciones para cada jugador, de acuerdo a sus méritos, sus logros, su experiencia y así poder garantizar salarios decorosos. Entonces yo creo que se desinflaría un poco el mercado futbolístico, porque es increíble que costemos 30 millones de pesos (yo creo que eso no lo vale un solo equipo). Entonces la riqueza del futbol se repartiría equitativamente y se beneficiaría a todo mundo, incluso se elevaría el nivel del futbol.

Porque ahora, cerca de 50 futbolistas, los demás no tienen un sueldo decoroso que les permita garantizar un futuro más o menos tranquilo. Sobre todo en la Segunda y Tercera División hay quienes viajan 40 horas en camión, o con un sólo uniforme para toda la temporada, 6 balones para entrenar y que hasta sin sueldo se quedan porque no hubo buena entrada. Mientras que nosotros actualmente, por el Mundial, por anunciar un balón, por hacer un disco, recibimos fuertes cantidades de dinero. Gente que juega bien domingo a domingo en plazas muy distantes se parte el alma por 40 o 60 mil pesos al mes.

R. del C.: Y volviendo a lo de los anuncios de los alimentos como el refresco y las galletas, obviamente no son parte de su alimentación cotidiana ¿Cuál es la alimentación de un deportista, tú como te alimentas?

J.A.: Yo pienso que normal, como cualquier otro mexicano. Ciertamente nosotros cuidamos nuestro peso, nuestro organismo. A ustedes no les molesta pesar hoy 60 y mañana 62 kilos, para mí dos kilos son mortales, porque me vuelven más lento y me dejan en desventaja. Todos los días nos pesamos; en nosotros se detecta el día que comimos tacos en la calle o cuando nos fuimos a una fiesta.

Yo como sopa, guisado (carne), agua fresca, verduras y un postre.

R. del C.: Pareciera que los futbolistas que destacan, tienen cualidades extraordinarias, como héroes los vemos en la tele. Pareciera que esos deportistas surgen de la noche a la mañana. ¿Qué tanto trabajo hay atrás de sus triunfos?

J. A.: Yo creo que la base del éxito, es la disciplina: uno trata siempre de estar todos los días en el entrenamiento, de hacer las cosas bien, de llegar temprano todos los días, de brindar el máximo esfuerzo y eso compensa en cierta forma las deficiencias técnicas, las deficiencias físicas que uno pueda tener. A mí me ha resultado. Yo empecé en 1975 en el futbol y me ha costado lágrimas, también 5 fracturas.

Tengo ya 27 años de edad y apenas voy a jugar mi primer Mundial. Pese a que estés un poco agripado o tengas molestias estomacales, si decides entrenar, eso es recompensado, al final vendrá la época de la cosecha. Yo he conocido excelentes jugadores que porque les dolía una uña o tenían caspa, no entrenaban y la verdad es que les ha ido mal, porque tienen mucha calidad y talento, pero no son suficientes.

R. del C.: ¿Antes de entrar a la cancha, qué tiempo dedica un fut-

bolista a prepararse físicamente?

J.A.: Un futbolista de la Selección Nacional entrena diariamente de 10 de la mañana a una de la tarde, además de cuatro horas extras en la tarde cada semana. Y para competencias a nivel local, el entrenamiento es de 5 horas diarias.

R. del C. ¿Qué tan cierto es que la televisión y otros medios "inflan" a los jugadores y qué tanto afecta esto al deporte?

J.A.: Es bastante cierto, yo en lo personal tengo que "bajarle un poco al volumen", porque muy a menudo los medios de comunicación te atribuyen cualidades que no posees. Esto provoca que los jugadores perdamos objetividad respecto al deporte.

Es muy difícil viajar contra las avalanchas publicitarias de la televisión y la radio, que muy a menudo "emborrachan" tanto a jugadores como al público. Se crean demasiadas expectativas sobre determinados jugadores. La única salida a estas fantasías consiste en que el futbolista contraiga un compromiso con los espectadores, que asuma su responsabilidad.

R. del C.: ¿Cómo futbolistas tienen una responsabilidad social?

J.A.: Por supuesto. Uno es espejo y reflejo de las tensiones sociales. Tenemos un papel muy difícil. Toda crisis genera un cambio y nuestro país pasa por esta etapa. El pueblo de México está esperando, tiene una velita prendida en el Mundial. Si nosotros somos capaces de ser útiles en nuestro ámbito, quizá pudiéramos funcionar como ejemplo. Mucha gente podría tomar como suyas nuestras hazañas, para reflejarse y decir: "sí podemos, pero es cosa de esforzarse".

R. del C.: Pero ¿Y si pierden?

J.A.: Esa es la otra cara de la moneda; que nos vaya mal y el equipo fracase. Aquí habría que ser consciente de que esto es sólo una competencia deportiva, en donde defendemos unos colores, pero no un país, ni la soberanía nacional.

Desde luego que hay mucha presión. No es fácil salir a la calle: hay gente que asegura (quizá contaminada por la publicidad) que somos los mejores y que ya somos campeones. Vivimos casi en la "borrachera" del Mundial, por lo que es necesario que como espectadores y como consumidores (sin restar importancia al campeonato), recobremos la calma y la verdadera dimensión de la contienda futbolística.

R. del C.: Por otra parte, ¿qué tan importante es para ustedes utilizar determinado tipo de marca en el desempeño de sus actividades?

J.A.: No es vital, ni para nosotros, ni para todo aquel que quiera practicar un deporte. De hecho, basta con una camiseta, un pantalón corto y unos tenis o zapatos deportivos. Pero por desgracia, ya nos inundó la mercadotecnia. Y de pronto resulta que ya es "necesaria" una cinta en el pelo, una muñequera, etcétera.

Es terrible, pero en Francia, los jugadores salen a la cancha con las camisas llenas de marcas; y en España, los estadios parecen escaparates.

R. del C.: ¿Y afecta esta comercialización al deporte?

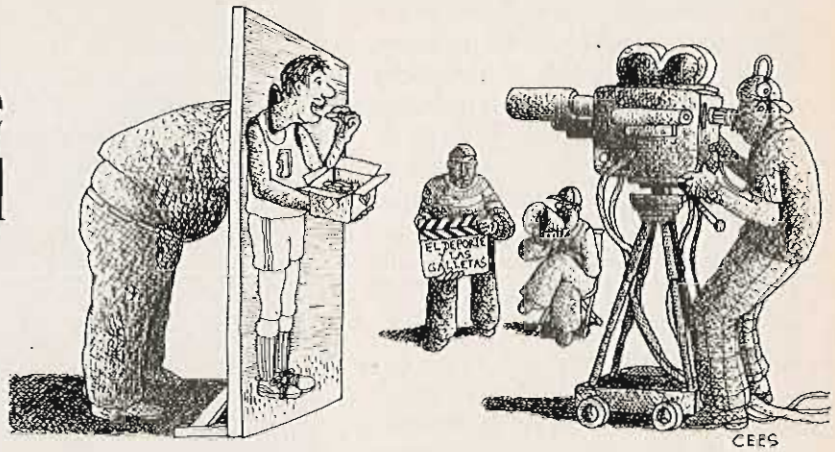
J.A.: En forma dramática. Más que a los futbolistas, a los aficionados. Transforma a estos últimos en gente pasiva, receptiva totalmente, dispuesta a gritar durante horas frente a un televisor o en un estadio, pero incapaz de tomar una pelota, una raqueta o un bat. Pero peor aún, no sólo se anuncian artículos innecesarios para la práctica del deporte, sino que en las transmisiones deportivas siempre están presentes productos que dañan la salud del supuesto deportista, como cigarros, refrescos y alcohol. Ningún deportista puede brotar de este ambiente comercial.

R. del C.: Por último, ¿algún mensaje para los lectores?

J. A.: Es mejor *ser*, que *tener*. Practiquen deporte, no lo consuman. Y para los niños y jóvenes que quieran ser futbolistas, este deporte implica privarse de refrescos, golosinas y cigarros, además de que requiere entrenar todos los días. Pero lo más importante, y que frecuentemente se olvida en este medio: no sólo hay que prepararse físicamente, sino esforzarse en el estudio, fortalecer el desarrollo intelectual: "Mente sana en cuerpo sano".

Que no le metan gol

Juan Ramón Zabalegui y
José Chan Escalante



Son inalcanzables, grandes, fuertes y simpáticos. Ya hemos visto a Joe Green, destacado jugador de futbol americano, salir del campo entre el ambiente agotador del éxito y el aire nebuloso del ensueño. Un pequeño que lo admira, lo sigue; quiere acercarse a lo inalcanzable y en su mano lleva la clave para conseguirlo: un refresco bien frío.

Debido al prestigio, la simpatía y la popularidad de que gozan los deportistas, se convierten (por la habilidad de los publicistas) en escaparate.

La televisión los ha convertido en ídolos, especialmente ante los niños, y lo que el ídolo hace es ejemplo a seguir, quiéranlo ellos o no. Cuando un ídolo consume un producto, avala por su condición de ser el mejor en su disciplina, la calidad del producto. La lógica es muy sencilla: si él es bueno y come galletas, entonces las galletas son buenas.

El futbolista, a diferencia de otros profesionales, tiene poco tiempo para prepararse y el ejercicio de su quehacer dura pocos años. Por lo tanto, durante ese corto lapso, trata de forjarse un futuro económico. La forma de lograrlo es vendiendo su imagen.

Todos los seres humanos necesitamos, para relacionarnos con los demás, ser reconocidos, sentirnos aceptados y seguros. Una forma de conseguirlo es la de identificarnos con las grandes estrellas que llenan nuestras carencias con sus logros. Les otorgamos una representatividad en nuestra persona, lo cual nos acerca al éxito, nos hace grandes como aquel que vemos en la pantalla de TV.

¿Cómo podemos acercanos a nuestra "estrella", pero sin tener presente la disciplina, el esfuerzo, las largas horas de entrenamiento y las rigurosas dietas a que se somete? consumiendo lo que él consume, utilizando la marca de zapatos que él anuncia. El admirador va a identificarse con su héroe mediante el producto.

Un mecanismo de la publicidad es el que consiste en acercar al ídolo a la mortalidad y al consumidor a las alturas lejanas del éxito.

Una compañía refresquera, aprovechando el triunfo de uno de nuestros mejores deportistas, tomó como frase publicitaria: "ganamos el trofeo de goleo en España" ¿Quién es? Tú, Hugo, y... (el refresco).

La ola de vivir...

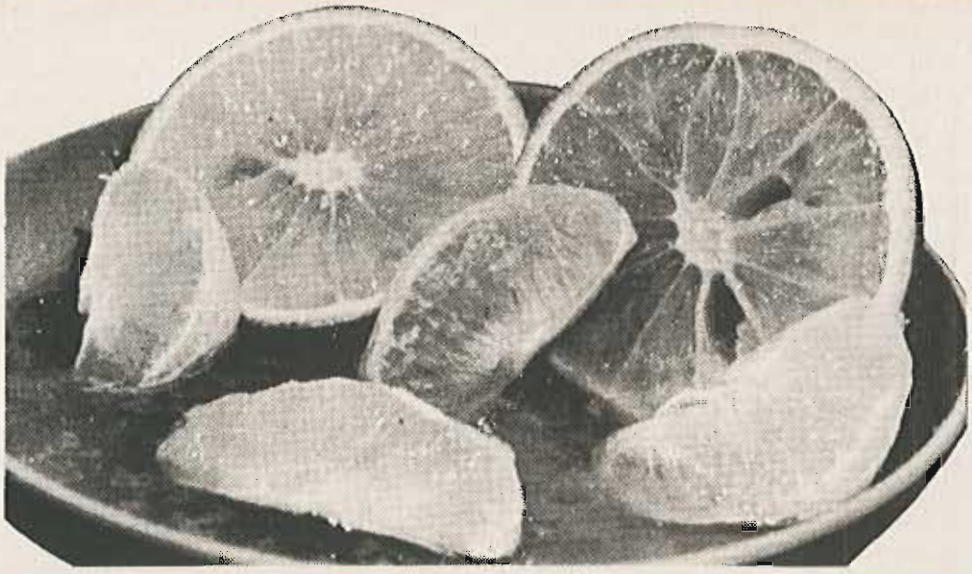
No solamente los deportistas son utilizados por las compañías de publicidad. También la euforia, la participación, la emotividad, los momentos agradables, la alegría y muchos otros factores que motivan nuestro estado de ánimo, son aprovechados por los publicistas para relacionarlos con sus productos.

¿Ha visto usted un comercial de refresco, que en medio de imágenes de campeones metiendo gol, gente alegre participando en los estadios, eufórica y animada, muchachas y muchachos guapos que entre el movimiento de la oleada que agita su emoción, dan pequeños sorbos a un refresco?, pues en este anuncio, no dirigido a un sector en especial, sino al que esté dispuesto a identificarse con él, se hace un héroe de todos esos aspectos que atañen a los sentimientos. Se propone que para ser feliz es necesario consumir ese producto.

De todo lo anterior, y para comprobar la poca información que se maneja en los comerciales, sobre todo tan inexacta, pregúntese señor lector: ¿qué pasaría si a ese anuncio le cambiamos el producto?, ¿sería diferente?

Lo único que revela la respuesta a esta cuestión es que la publicidad ha cambiado su función de informadora a persuasiva. Ya no se trata de informar sobre las características del producto sino de mover al consumidor a que lo compre, valiéndose de todos los trucos.

Para los que vivimos "anónimos y desterrados en el ruidoso tumulto callejero, con los vientos en contra y asfixiados en los humos y las gestiones..." ¿será la solución consumir el producto que "nuestro" ídolo anuncia?



Adquiéralas en temporada y disfrútelas todo el año

Marta Sandra García Macías

Aproveche las frutas de temporada... y disfrútelas en otros meses.

Las frutas forman un grupo de alimentos muy variable y también una fuente importante de vitaminas necesarias para el hombre. Por lo general las frutas se consumen frescas, y su conservación depende de las condiciones en que se almacenen. Sin embargo, se puede obtener el máximo aprovechamiento de la fruta si la sometemos a diferentes métodos de conservación. Estos consisten, principalmente, en modificar la materia prima, de tal forma que no desarrolle bacterias, ni se produzcan reacciones enzimáticas y químicas, tratando de no alterar sus características nutricionales.

La mayoría de estos métodos se fundamentan en la aplicación de tratamientos térmicos y la adición de azúcar para obtener productos como mermeladas, frutas en almíbar, ates, jaleas, néctares. Estas conservas deben estar en recipientes herméticos, que sean una barrera entre el exterior y la fruta preparada e impidan el intercambio de gases, líquidos, sólidos o microorganismos que puedan contaminar y descomponer los alimentos.

Historia de las conservas

El principio de conservación de alimentos no es nuevo se remonta al año de 1795 en Francia. Fue un proceso descubierto por un confitero llamado Francois Appert, que en el curso de sus prácticas culinarias encontró que los alimentos calentados y almacenados en recipientes cerrados, de vidrio, se conservaban por periodos bastante prolongados, siempre y cuando los recipientes no se abrieran.

Casi 20 años después, en 1809, Appert presentó sus productos a la Sociedad de Impulso para la Industria Nacional Francesa y el éxito no se hizo esperar. Por su invento, Napoleón le otorgó un premio de 12 mil francos.

Después, con base en sus experiencias, Appert publicó un libro titulado *El arte de conservar todas las sustancias animales y vegetales por muchos años.*

Las conservas del confitero pasaron su más difícil prueba en varios barcos franceses, pues permitieron a la tripulación diversificar sus alimentos. Sin embargo, los frascos eran frágiles y difíciles de manejar. Fue necesario solicitar que los víveres se enviaran en recipientes de mayor resistencia.

Poco tiempo después, en Inglaterra, surgieron los envases de cerámica, estaño, hierro y otros materiales.

Al darse a conocer y ponerse en práctica este procedimiento de conservación, los alimentos envasados se empezaron a usar en los ejércitos, la armada, en las expediciones, incluso, en las mismas fábricas de envases, en aquella época, los obreros elaboraban, con sus

propias manos, los botes, que usarían en la siguiente temporada de cosecha. Un buen obrero era capaz de producir seis envases por día.

Claro que en los primeros tiempos de esta industria se ignoraba por qué los productos envasados en latas duraban tanto, y lo más grave: se desconocía que los alimentos conservados en lata pueden ser dañinos para la salud.

Hoy, con la ayuda de la tecnología y la mecanización se ha desarrollado la industria del enlatado.

Pero debemos tomar en cuenta que el objetivo de esta industria es la comercialización en gran escala, mientras que, producir conservas en casa, genera importantes ahorros familiares.

Un ejemplo son las mermeladas, que se pueden definir como una mezcla de frutas y azúcar que por cocción adquiere una consistencia gelatinosa. Estos productos, tienen un precio comercial de aproximadamente $980.00 kg. en comparación con la mermelada casera cuyo costo a precios del día es:

Fruta (2Kg)	$ 200.00
Azúcar refinada	$ 128.00
Acido cítrico (1 2 cucharadita)	$ 100.00
Consumo de gas ($5.00 / H)	$ 15.00
Total	**$ 393.00**

La diferencia es de $ 507.00. Esto muestra la conveniencia de elaborar conservas caseras, utilizando frutas de temporada que resultan mucho más económicas y sabrosas.

La elaboración de mermeladas:

Estos productos se dividen, para su elaboración, en dos grupos: mermeladas de frutas cítricas (de naranja, limón, lima y toronja) y de frutas dulces (como fresa, durazno, mango, etc.).

Mermeladas cítricas.

Se elaboran con la pulpa y la cáscara de las frutas, como la naranja, el limón y la mandarina.

La parte blanda de estos frutos (bagazo) contiene gran cantidad de pectina (sustancia que puede convertirse en gelatina), por lo que no es necesario agregar más a la preparación de estos productos.

Materiales y utensilios.

Cuchillo, coladera con perforaciones pequeñas, pala de madera, olla o cazuela, licuadora, frascos con tapa.

Ingredientes:

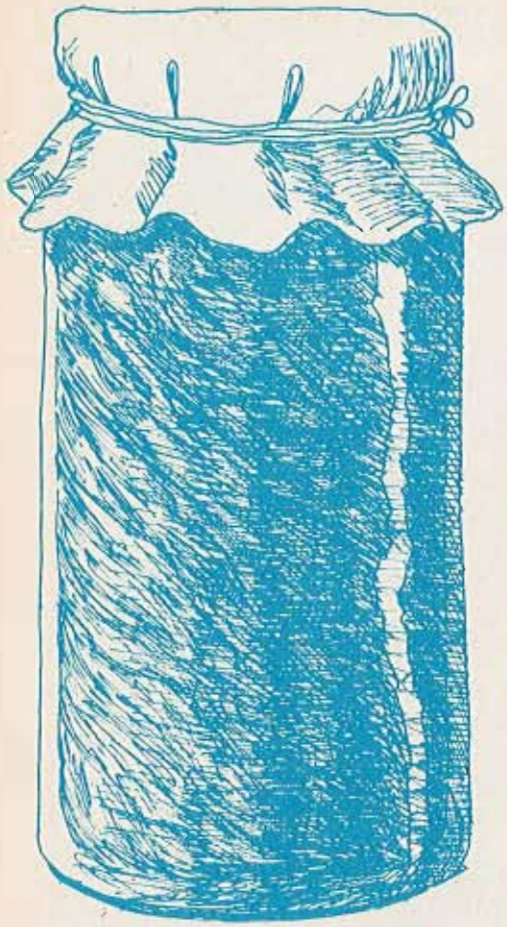
Agua, 4 tazas.
Azúcar, 1 kg.
Acido cítrico en polvo, 1/2 cucharadita.
Fruta 2 kg.

Preparación:

Las frutas perfectamente lavadas se pelan, las cáscaras se cortan en tiras o trozos y el bagazo se separa. La fruta se divide en segmentos o gajos. La cáscara y el bagazo se ponen a hervir con la mitad de agua y el ácido cítrico hasta su ablandamiento, aproximadamente una hora y media a dos horas. Los segmentos de fruta se cuecen en la otra mitad del agua y posteriormente se muelen en la licuadora para obtener una pulpa que se hace pasar por la coladera. A esta pulpa con su jugo, se le agregan las cáscaras cocidas y el bagazo se exprime, esta mezcla se pone a hervir con la mitad del azúcar hasta que su volumen se haya reducido a un tercio. El azúcar restante se añade gradualmente, continuando la cocción.

Una vez agregada toda el azúcar, el tiempo de cocimiento no debe exceder de 20 minutos con más tiempo de cocción, se presentará un oscurecimiento y cristalización de la mermelada.

El envasado del producto debe hacerse en caliente y en frascos perfectamente limpios y secos para evitar la reproducción de bacterias, y consecuentemente, aumentar su conservación. Si se deja enfriar la mermelada en la cazuela, se presentará una caramelización del azúcar y oscurecerá el producto.



Mermeladas de frutas dulces.

Entre los frutos dulces para la elaboración de mermelada tenemos: fresa, guayaba, mango, membrillo, piña, zarzamora, durazno, ciruela, albaricoque.

Materiales y utensilios:

Cuchillo, pala de madera, olla o cazuela, licuadora, frasco con tapa.

Ingredientes:

Agua, 4 tazas.
Azúcar, 1 kg.
Acido cítrico, 1 cucharadita; (1/2 cucharada para guayaba y membrillo). (Se puede comprar en los mercados en los expendios de materias primas).
Pectina, 1 cucharadita. (Se adquiere en los expendios de materias primas).
Fruta fresca, 1.5 kg.

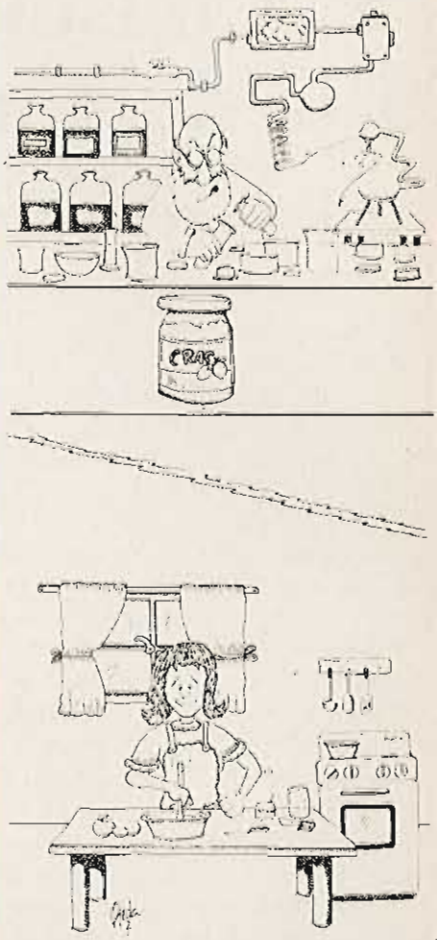
Preparación:

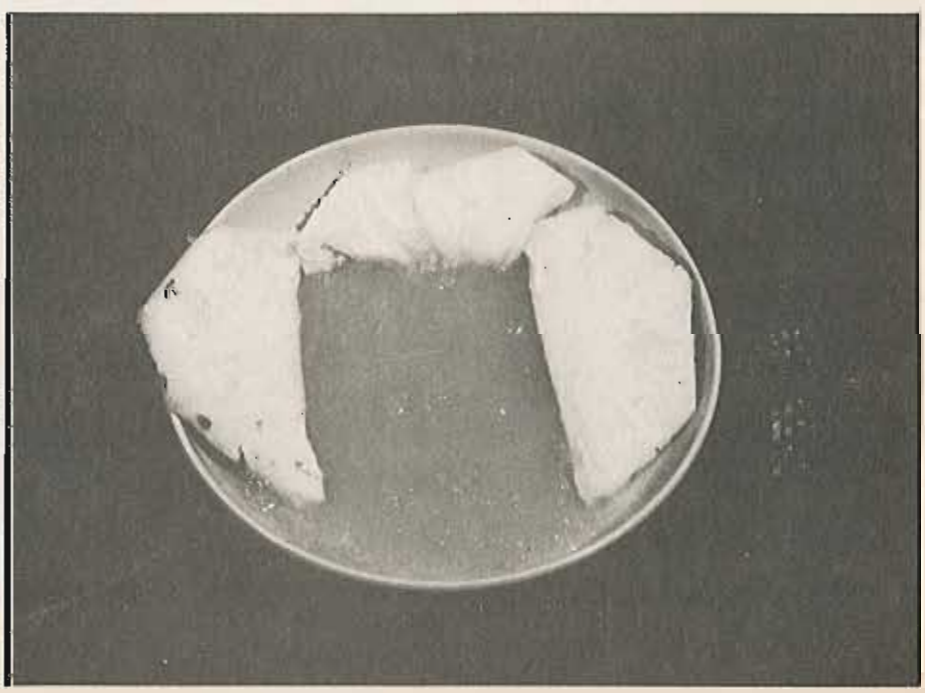
A las frutas frescas se les quita el rabo y se pelan (las que así lo requieran); se parten en trozos o bien se muelen en la licuadora para obtener una pulpa. Esto se mezcla con una tercera parte del azúcar y el agua. La mezcla se pone a hervir hasta que su volumen se reduzca a una tercera parte. Después de esto se agrega poco a poco el azúcar restante junto con el ácido cítrico y la pectina, agitando constantemente. El tiempo de cocción no debe exceder de 20 minutos. Para envasar se procede igual que con las mermeladas cítricas.

Una recomendación importante para obtener un producto con las características deseadas es utilizar fruta en estado de madurez óptimo. La fruta "verde" o inmadura sufre alteraciones físicas, además de tener un sabor ácido poco recomendable para cualquier conserva.

La fruta "pasada" se conserva menos tiempo y es más difícil manejarla.

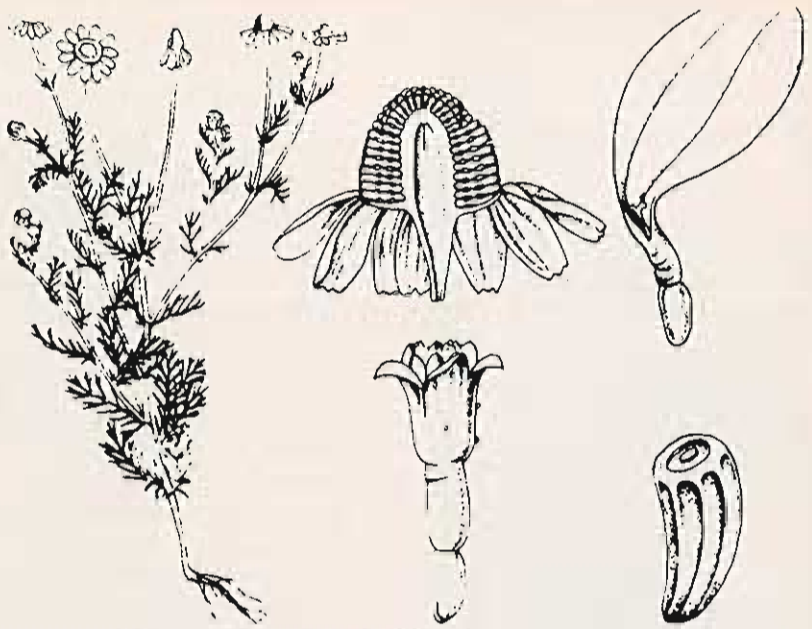
Por otro lado, las conservas deben guardarse en un lugar fresco y seco, de esta manera se mantiene en perfectas condiciones hasta por cuatro meses.





Consulte a la doctora naturaleza

José Eduardo Aguilar Magaña



En el gigantesco laboratorio de la naturaleza el reino vegetal juega un papel preponderante: limpia la atmósfera, depurándola constantemente, permitiendo así la vida y la evolución de los seres vivos, constituyéndose además, en parte esencial de su alimentación.

Como si esto fuera poco, las plantas poseen principios activos de acción curativa que alivian muchas enfermedades del hombre.

La eficacia curativa de las plantas medicinales que crecen en la República Mexicana es sorprendente. El poder de los viejos remedios naturales, también llamados caseros, descubiertos probablemente hace milenios y transmitidos por la tradición verbal es, en la actualidad, motivo de diversos estudios científicos en varios países.

A través de la medicina biomolecular, cuya finalidad es buscar los principios activos de las plantas que poseen efectos curativos, se trata de encontrar una alternativa que resuelva la problemática de la escasez y el alto costo de los medicamentos, cada vez más comercializados y alejados de su función científico-curativa.

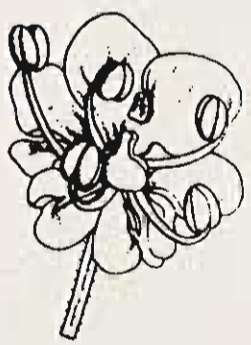
En nuestro país, algunos de los estudios de medicina biomolecular se llevan a cabo en el Centro de Investigaciones Médicas, Biológicas y Sociales del Hospital de Jesús, a cargo del doctor David Franco Guadarrama, quien nos dice: "Gracias a las investigaciones de la biología molecular se ha podido complementar el conocimiento de la medicina tradicional.

En el pasado existieron muchos investigadores, principalmente en Inglaterra, que durante los siglos XVIII y XIX intentaron estudiar las propiedades curativas de las plantas, pero no fue del todo posible porque no tenían las bases de la biología molecular".

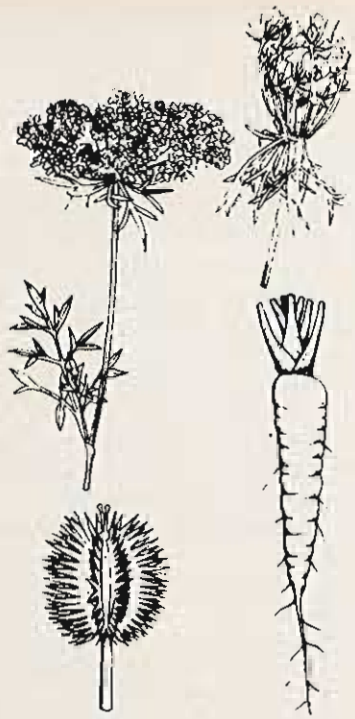
La medicina biomolecular retoma las experiencias obtenidas por nuestros antepasados con las plantas medicinales, plasmadas en los códices escritos por Juan Badiano en el siglo XVII, los cuales llevan su nombre, y donde se explica la manera en que los nativos de América utilizaban estas plantas. El mismo Hernán Cortés se sorprendió cuando vio que los enfermos de su tripulación sanaban gracias a las prácticas de los curanderos indígenas, lo que lo motivó a escribir una carta al rey de España, solicitándole que los médicos de Europa convivieran con los "médicos" del Nuevo Mundo.

En la actualidad, prevalece esta forma de atención curativa entre grupos étnicos de las regiones otomí, lacandona, huichol, yaqui, tarahumara, tarasca y mixteca, y en muchas más zonas indígenas.

La eficacia de las plantas medicinales está científicamente demostrada. Prueba de ello es que las grandes empresas farmacéuticas



NOMBRE DE LA PLANTA	UTILIDAD	MODO DE EMPLEO
Arbol del plátano	— Contra diversas infecciones de la piel. — Ayuda a cicatrizar pequeñas heridas.	— Utilizar un pedazo de tronco pequeño y delgado como compresa, sujeto con una venda limpia.
Zanahoria	— Diarrea en los bebés. — Cicatrización de llagas. — Para calmar la comezón. — Bronquitis, tos y afonía.	— Cocer en agua con sal. — Machacarla en puré. — Mezclar el puré en el agua de la cocción. — Dar al niño tres o cuatro veces al día. — Tome y corte una zanahoria fresca; aplíquela sobre la llaga. — Frote la zanahoria sobre el área afectada. — Ralle y obtenga el jugo, y bébalo añadiendo una cucharadita de miel.
Col	— Parásitos intestinales.	— Lave bien las hojas y póngalas a cocer en un poco de agua. — Saque el jugo. — Tómelo de dos a tres veces al día.
Limón	— Dolor de garganta, amigdalitis.	— Beba el jugo.
Hierba Luisa	— Favorece la eliminación de orina en caso de fiebre.	— Ponga a hervir las hojas en agua durante unos minutos. — Beba la infusión.
Eucalipto	— Elimina los mosquitos. — Resfrío. — Fiebre. — Elimina los mosquitos.	— Queme las hojas. — Ponga a hervir las hojas en agua. — Ponga a hervir ocho hojas en un litro de agua. — Beba caliente y dulce dos a tres veces al día. — Queme las hojas.
Guayaba	— Diarrea en adultos.	— Comoa la fruta cruda. — Mastique las hojas crudas. — Ponga a hervir cinco o seis hojas en agua. — Tome dos o tres vasos al día.
Maíz	— Fiebre. Reumatismo.	— Ponga a hervir la barba del maíz seca. — Beba caliente y duce dos o tres veces al día.
Manzanilla	— Dolor abdominal. — Estimula el apetito. — Infecciones de la piel, ojos y oídos.	— Ponga a hervir dos a tres gramos de hojas. — Tomar la infusión después de los alimentos. — Aplicar la infusión sobre la piel, ojos y oídos cuatro o cinco veces al día.
Gordolobo	— Hemorroides y várices. — Tos.	— Ponga a hervir cinco o seis gramos de hojas y flores. — Beba la infusión antes de los alimentos.

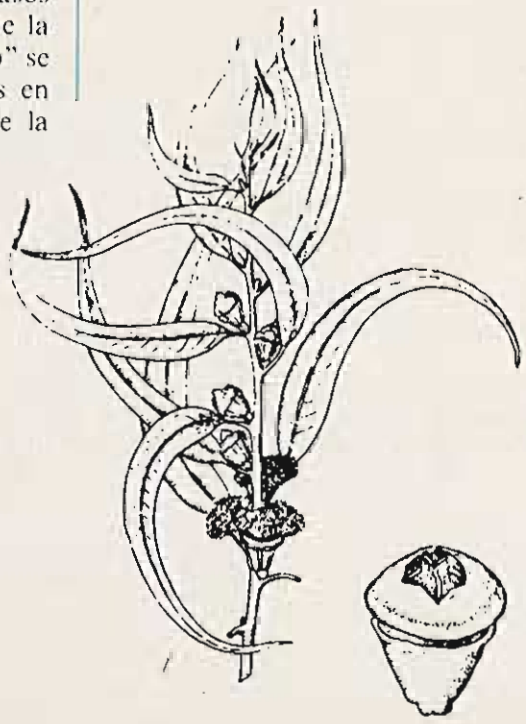


las utilizan para obtener muchos de los medicamentos que posteriormente adquirimos en las farmacias. Como ejemplo podemos mencionar los siguientes casos:

De la planta llamada "digitalina" se obtienen una serie de sustancias conocidas genéricamente como "digital", que se emplean en tónicos para el corazón, en casos de insuficiencia cardiaca. De la planta denominada "barbasco" se extraen hormonas, utilizables en forma de anticonceptivos. De la "belladona" se obtienen sustancias como la "atropina", empleada en casos de diarrea, dolor abdominal y como auxiliar anestésico en las intervenciones quirúrgicas. La planta "rawolfia sepentina" produce sustancias empleadas para el tratamiento de la hipertensión arterial.

El doctor Franco Guadarrama explica: "El principio activo de una planta medicinal son las sustancias conocidas como alcaloides, que son proteínas que la planta produce y que no cumplen una función específica en la planta misma".

"El conocimiento de estas sustancias ha avanzado gracias a los estudios sobre los hongos alucinógenos, los cuales producen alcaloides de acción altamente estimuladora sobre el sistema nervioso. En la actualidad todavía se usan las plantas medicinales como remedio casero, principalmente en forma de té. Pero en muchas ocasiones no llegan a funcionar debido a su mala dosificación y falta de información sobre su uso adecuado".



Además, como se dijo anteriormente, algunas plantas provocan importantes efectos sobre las funciones cardiaca, nerviosa y respiratoria. De ahí el peligro de usarlas empíricamente.

"A nivel de la medicina biomolecular —comentó finalmente el doctor Franco— se pueden tratar la mayor parte de las enfermedades. A partir de las plantas hemos extraído alrededor de 120 sustancias puras, de acción curativa demostrada y sin efectos adversos, que utilizamos con éxito en enfermedades como infecciones de diversa índole, convulsiones, tuberculosis, parasitosis, padecimientos renales y hepáticos, entre muchas otras".

La medicina biomolecular es de fácil manejo y su costo es accesible al grueso de la población. Su eficacia reside en la exactitud de un buen diagnóstico, y en la correcta indicación y dosificación.

No tiremos la salud

José Angel Leyva

Si la basura brillara, la ciudad sería una estrella

La basura, riqueza ignorada.

Somos un pueblo lleno de carencias económicas, un país pobre que sufre constantemente los infortunios propios de su nivel de desarrollo industrial y, por si fuera poco, los embates de la naturaleza nos sorprenden desorganizados, desprevenidos. La magnitud de los problemas se vuelven mayores ante esta falta de protección contra siniestros.

Es cierto, somos una población en su gran mayoría con bajos niveles de vida, pero esto no significa que debemos permanecer pasivos ante las desgracias y hacer aun mayores nuestras deficiencias. Remontémonos al pasado, hurguemos entre nuestros orígenes y rescatemos aquellos hábitos dignos de mantener dentro de nuestras costumbres. El gran apego que tenían los antiguos mexicanos hacia la naturaleza establecía una relación de respeto con el medio circundante. El ecosistema se veía como una fuente de vida que exigía muchos cuidados para mantener su abundancia. Los conquistadores se sorprendieron de la limpieza y el orden de las ciudades mesoamericanas, características que se perdieron con el paso del tiempo, mientras dominaban otras formas de convivencia con el medio.

Nuestra salud se ve agredida por los desechos que tiramos impunemente por las calles. Somos, pues, de una manera importante, causantes de varias enfermedades que nos aquejan en el medio urbano. Para el doctor Iván Restrepo, Doctor en Economía, autor del libro *La basura, consumo y desperdicio en el Distrito Federal*, editado por CECODES y el Instituto Nacional de Consumidor, y director del Centro de Ecodesarrollo, la situación provocada por el mal manejo de los desperdicios es muy peligrosa. El problema se agrava aceleradamente y no se le brinda la atención debida. El doctor Restrepo dijo que: "si la basura brillara, la ciudad de México no necesitaría luz eléctrica, sería una estrella".

"Cada día se tiran aproximadamente 14 mil toneladas de basura en el Distrito Federal, sin tomar en cuenta, en esta cifra, a la zona conurbada ni al valle de México —agregó el director del Centro de Ecodesarrollo—. Dicha cantidad fluctúa, pero en términos generales este sería el cálculo más acertado. De estas 14 mil toneladas sólo son recogidas, por los servicios públicos, de ocho a nueve mil toneladas. El resto es depositado en las calles, en terrenos baldíos o en cualquier espacio abierto. En ambos casos, la basura es un factor contaminante. A estos desechos se les ha dividido, para su clasificación, en dos grupos. Unos no biodegradables, hechos de materiales que no se destruyen ni se transforman con la acción de la Tierra, agua o aire como los plásticos que constituyen una enorme carga para el ecosistema. En este primer grupo también tenemos una cantidad inmensa de artículos de cocina o de jardín, de origen industrial como los detergentes que se agregan al medio."

"El segundo grupo está constituido por los desechos orgánicos que podrían aprovecharse para enriquecer la tierra".

"¿Qué ocurre con estas basuras? En algunos casos es llevada a los lugares elegidos para rellenos sanitarios o simplemente para depositarla y hacer la selección final llevada a cabo por los pepenadores. Pese a dichos depósitos, la basura continúa siendo un foco importante de contaminación. Sobre ésta actúan principalmente tres elementos: el sol, el agua y el aire. El primero seca los desechos expuestos, luego el aire los pone en movimiento. Entonces respiramos desde productos en descomposición hasta excrementos. Durante los meses de enero, febrero y marzo, la ciudad es un verdadero

catarro, todo el mundo vive con problemas en las vías respiratorias, con gastroenteritis y otras afecciones. La mayoría provocadas por el aire sucio que respiramos".

A la problemática anterior se agrega, según la opinión del director del Centro de Ecodesarrollo, el hecho de que aproximadamente dos millones de personas en esta ciudad carecen de servicios públicos y realizan sus defecaciones al aire libre. Además de considerar la mala calidad de los hábitos alimenticios y la salud tan deteriorada del mexicano, se agrega el problema de la contaminación ambiental.

La contaminación de la tierra por la basura, y como consecuencia el daño a la salud a través de este proceso, es producto de la filtración del agua ya contaminada por los desperdicios. Entre estos últimos destacan, por sus efectos dañinos al manto freático (mantos que alimentan los pozos acuíferos del suelo y subsuelo), todos los productos no degradables tales como los aerosoles, plaguicidas, detergentes, todo tipo de jabones, productos químicos y todos los desechos industriales empleados para empacar artículos de consumo doméstico. Nuestro entrevistado agregó que casi nunca se consideran los desechos de los hospitales, muy pocos nosocomios tratan sus desperdicios antes de arrojarlos a los mismos lugares donde se tira el resto de la basura de la ciudad. Tales desechos conforman una fuente importante para la producción de enfermedades.

"Las colonias clasemedieras como la Roma, Condesa, San José Insurgentes, Nápoles, etcétera, han convertido los camellones de sus avenidas en depósitos provisionales de basura —agregó Restrepo—. Las amas de casa llevan a estos lugares sus desechos en bolsitas de plástico y los colocan junto a algún árbol. Esto pone al descubierto la falta de educación y conciencia cívica de la población. No piensan que estos depósitos se convierten en focos impresionantes de ratas. Los centros habitacionales que antes no presentaban el problema de la abundancia de dichos roedores, hoy se hallan completamente infestados de ratas. Estos animales son un atentado contra la salud y pueden provocar desde fiebres hasta rabia. Podríamos decir que les servimos la mesa a las ratas en las colonias bonitas de esta capital".

En una conversación sobre este tema con el Maestro en Ciencias, Alberto González, investigador del Instituto de Ecología, nos enteramos que las ratas que habitan en las ciudades de nuestro país no son originarias de América. Esta especie es conocida como rata noruega *(Rattus norvegicus)*. Se desconoce la causa de su nombre, pero no indica que la procedencia de dicho roedor sea este país escandinavo. La rata noruega ya se encuentra distribuida por todo el globo terráqueo.

La rata noruega es la principal causante de los daños a edificios, a instalaciones de todo tipo, zonas agrícolas, de la salud, etcétera. Esta especie de roedores se halla asociada directamente con la presencia del hombre. A donde quiera que vaya éste lo seguirán las ratas, pues de él reciben su alimento. Entre las enfermedades que son causadas por la cercanía de las ratas se cuentan principalmente: la peste bubónica, el tifo murino, la seudorrabia, la rabia, salmonelosis y otros padecimientos gastrointestinales, y muchas otras enfermedades provocadas por la contaminación de alimentos.

"La rata noruega ha proliferado, por varias razones; es más pesada, su tamaño es mayor que el de las otras especies, es más agresiva y otra característica es que cava madrigueras, es decir, vive en el subsuelo. Esta última circunstancia favorece su proliferación. En una ciudad como México, donde la red de drenaje es monstruosa, las ratas hallan un ambiente propicio. Otras especies de roedores son poco sociables, prefieren habitar solitarios en lugares altos, como los huecos de los árboles, en los techos, etcétera. En

cambio, la rata noruega llega a formar grandes colonias y establece jerarquías entre los individuos que la componen. Así, podemos señalar al grupo Alfa, constituido por los animales más sobresalientes, más fuertes, más "listos" y agresivos. Se pueden reconocer porque tienen el pelo muy brilloso, y por lo regular los encontramos cerca de las fuentes de alimentos. Luego, en un nivel inferior, están los Beta y en otro más bajo los Gamma.

"Sucede que el hombre no quiere a las ratas, pero es su mejor benefactor —agregó pensativo González—. Mientras más basura tiramos y acumulamos, más ratas tenemos, porque ésta es precisamente su principal fuente de alimentos y donde encuentran su refugio. Resolver el problema de la basura y las deficiencias sanitarias significa solucionar en gran parte el problema de las ratas. Creo difícil mantener limpios los grandes basureros de la ciudad; sin embargo, el primer paso importante podría ser dejar de tirar los desechos en parques, camellones, calles, terrenos baldíos y casas. Con estos malos hábitos les señalamos a los roedores donde pueden acostumbrarse a comer".

El doctor Restrepo, por su parte añadió: "En otro ángulo del mismo problema hallamos la presencia de las moscas. En las colonias más pobres, como no se cuenta con servicios públicos, la gente no sabe que hacer con su basura y se forman verdaderos basureros, más parecidos a muladares. Así, las posibilidades de contraer enfermedades se incrementan de manera considerable. Se unen las malas condiciones de higiene con la desnutrición y la salud, ya de por sí deteriorada".

La pregunta se hace indispensable ¿Qué podemos hacer con la basura? Para Iván Restrepo, lo primero es no generar tanta. También considera que nuestra sociedad tiene una pésima distribución de la riqueza; sin embargo, se comporta como una gran potencia industrial en lo que respecta a consumo. Hemos copiado todos los malos hábitos de las sociedades más consumistas. Restrepo recuerda que mientras en Estados Unidos se inicia ya una campaña para no usar tanto plástico y regresar a la época de papel, aquí prolongamos su reinado. En este mismo país se comienza a seleccionar la basura, para no tirar el periódico, los envases, la madera, la ropa, etcétera. En los hogares se emprende la primera selección económica de la basura; todos los desechos tienen un valor y pueden venderse o emplearse con fines positivos. En México deberíamos comenzar a obtener la riqueza de nuestros desperdicios.

"Los desechos de la cocina o el jardín pueden generar riqueza —afirmó el director de Ecodesarrollo—, pues se pueden convertir en abono para los camellones, parques, áreas verdes o para los mismos jardines familiares. Yo me preguntaría ¿cuántas veces se abonan las plantas del D.F.? Aseguraría que ninguna. Se les abandona al buen crecer. Entonces por qué no formar cooperativas, uniones de vecinos a nivel de manzana o cuadra, para realizar esta idea en forma efectiva. ¿Acaso costaría mucho trabajo formar depósitos de abonos para fertilizar el Ajusco o ciertas áreas de Xochimilco? Funcionamos como una sociedad desorganizada, sólo respondemos solidariamente, aunque desorganizados, cuando aparecen las tragedias. En medio del deterioro ambiental enfrentamos las catástrofes. No esperemos que la degradación ecológica llegue al extremo de convertirse en una irremediable catástrofe".

Por último, Iván Restrepo propuso que es necesario emprender una campaña que nos enseñe, desde pequeños, a darle un tratamiento adecuado a la basura. El público debe aprender a seleccionar sus desechos y a participar con éstos al enriquecimiento de nuestro ecosistema, el cual repercutirá indiscutiblemente en beneficio de nuestra salud.

Cambios en los precios oficiales durante la primera quincena de mayo

En las dos primeras semanas del mes de mayo se registraron incrementos en los precios oficiales de los alimentos básicos con relación al mes anterior, como se indica en el cuadro de la derecha.

En cuanto a los servicios básicos que tienen un incremento programado mensual, presentamos a continuación una tabla de los precios del gas doméstico y la electricidad, a fin de que se pueda programar el consumo y gasto de estos energéticos en el hogar.

ARTICULO	UNIDAD DE MEDIDA	ABRIL $	MAYO $	INCREMENTO %
Azúcar estándar	Kg.	91	114	25.3
Frijol, bolsa	Kg.	254	280	10.3
Leche, envase de cartón	Lt.	120	145	20.8
Sal molida	Kg.	43	57	32.6
Pan 70 grs.	Pza.	8	19	136.5

Fuente: Dirección General de Inspección y Vigilancia. Departamento de Orientación y Difusión.

Tarifas de gas y electricidad programadas para 1986
Incrementos mensuales

GAS DOMESTICO (COSTO 1 KG)	MES
35.00	Enero
40.00	Febrero
45.00	Marzo
50.00	Abril
55.00	Mayo
60.00	Junio
65.00	Julio
70.00	Agosto
75.00	Septiembre
80.00	Octubre
85.00	Noviembre
90.00	Diciembre

MES	ELECTRICIDAD 51 - 75 watts	COSTO DE 1 KWTT* 101 - 200 watts.
Enero	16.69	20.86
Febrero	17.27	21.59
Marzo	17.88	22.35
Abril	18.51	23.13
Mayo	19.15	23.94
Junio	19.82	24.78
Julio	20.52	25.64
Agosto	21.24	26.54
Septiembre	21.98	27.47
Octubre	22.75	28.43
Noviembre	23.54	29.43
Diciembre	24.37	30.46

* El costo de 1 kwt de electricidad es mayor o menor dependiendo del consumo mensual. Para efecto de ejemplificación se registran los incrementos correspondientes a su gasto de hasta 75 kwtts y 200 kwtts.

Fuentes: Diario oficial (diciembre de 1985) y SHCP.

El comportamiento de los precios durante los primeros cuatro meses del año

En el pasado mes de abril, el Indice Nacional de Precios al Consumidor elaborado por el Banco de México registró un incremento del 5.2 por ciento, con respecto al mes anterior. De acuerdo con los datos del Banco Central, los rubros que registraron los mayores aumentos en abril fueron los de alimentos, bebidas y tabaco, con 6.7 por ciento, y el de salud y cuidado personal, con 5.7 por ciento. Como se observa, el incremento de precios en estos dos rubros fue mayor al índice general. El rubro que registró el menor incremento de precios fue el de educación y esparcimiento, con 2.1 por ciento.

La inflación acumulada en el primer cuatrimestre del año llegó a 25.2 por ciento, la cual superó el crecimiento promedio de los precios estimado por el gobierno federal para dicho periodo. En 1985, el índice de precios al consumidor creció en los primeros cuatro meses 19.8 por ciento, lo que significa 5.4 puntos porcentuales de diferencia.

Un aspecto que posiblemente incidirá en un nuevo incremento de precios de algunos bienes y servicios en varias ciudades del país será la realización del campeonato mundial de futbol. Esto debido a que se espera una mayor demanda de alimentos y bebidas, y de algunos servicios como transporte y hospedaje.

Indice nacional de precios al consumidor 1986 (Incrementos porcentuales con respecto al mes anterior)

RUBRO	ENE	FEB	MAR	ABR	ACUMULADO
INDICE GENERAL	8.8	4.4	4.6	5.2	25.2
Alimentos, bebidas y tabaco	10.7	3.0	4.9	6.7	20.9
Muebles y enseres domésticos	4.0	7.2	7.1	5.2	25.6
Ropa y calzado	3.1	5.7	5.6	5.2	21.1
Vivienda	10.2	5.5	4.7	3.9	26.5
Salud y cuidado personal	8.1	5.2	4.3	5.7	25.4
Educación y esparcimiento	8.3	4.1	6.1	2.1	22.1
Transporte	7.7	5.3	2.2	5.0	21.7
Otros	12.7	4.0	4.2	4.6	27.7

Fuente: Banco de México.

PRECIOS AL DIA DE PRODUCTOS BASICOS
DE CONSUMO Y ELECTRODOMESTICOS

568-87-22 EN EL D.F.

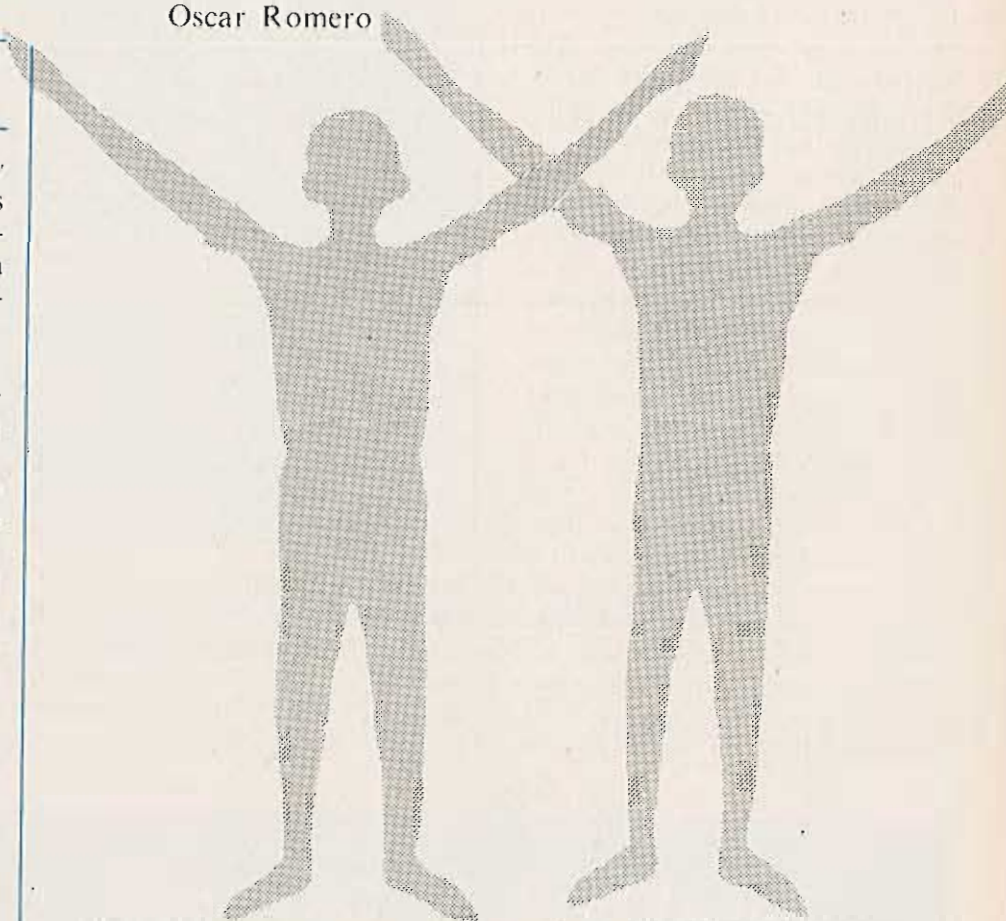
O LLAME A LA
DELEGACION DEL INCO
EN SU LOCALIDAD

SERVICIO DE INFORMACION
TELEFONICA
DE PRECIOS

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

El ejercicio es beneficio

Oscar Romero



Acondicionamiento físico por edades.

Son las seis de la mañana y mientras los primeros camiones empiezan a transitar, se oyen algunos trotecitos cansados: provienen de aquellos que recibieron el amanecer diciendo ¡Salud!

No son únicamente adultos, sino incluso niños pues, efectivamente, el ejercicio físico brinda salud a todos.

En la edad infantil el deporte ayuda a adquirir actitudes de cooperación, orden y solidaridad. En la juventud, es fundamental para fortalecer la condición física y ayuda a canalizar en forma constructiva la energía propia de esa edad.

Para los adultos, la actividad física es ideal para la creación de hábitos y habilidades que permiten la producción eficiente del trabajo, a la vez que proporciona los elementos necesarios para el desarrollo de los grupos en el tiempo libre.

Además, las actividades físicas en el tiempo libre (lapso que proporciona un sentimiento de independencia), desempeñan un papel social indispensable para disminuir las tensiones creadas por la rutina y la monotonía de una vida sujeta al transporte, al trabajo y al sueño; monotonía que no puede ser compensada a través del consumo.

Así, por medio del ejercicio, el deporte y el juego en general (elementos básicos de recreación), desde los niños hasta los adultos tienen la posibilidad de romper con los ritmos cotidianos insensibilizadores.

Para ejercitar tu cuerpo, no necesitas gastar un solo centavo. Basta con que tengas una camiseta, un pantalón corto y un par de tenis.

El siguiente es un programa de acondicionamiento físico que fue elaborado por la Subsecretaría del Deporte, dependiente de la Secretaría de Educación Pública.

Bajo el lema de **Deporte para todos**, los especialistas de esta institución diseñaron un plan de ejercicios físicos, que requiere de 10 a 25 minutos diarios para ejecutarse, y que garantiza el mejoramiento de salud para aquellos que lo lleven a cabo.

Dentro de las actividades deportivas, la carrera es totalmente gratuita y al alcance de todos, además constituye un medio eficaz de activación física.

Para realizar este ejercicio, observa las siguientes recomendaciones y podrás convertirte en tu propio instructor:

Antes de iniciar tu actividad física, te recomendamos que acudar a realizar un examen médico para conocer tu condición física

Realiza tu ejercicio con la ropa con la que te sientas más cómodo.

Trata de correr siempre acompañado.

Al terminar tu carrera, no te detengas hasta que tu respiración se normalice.

Al iniciar tu ejercicio, sigue al pie de la letra los siguientes pasos:

Fija como mínimo tres días de la semana en los que puedas activarte.

Realiza los siguientes ejercicios de preparación:

Camina sobre la punta de los pies, 20 metros. (Ver figura 1).

Camina sobre los talones 20 metros. (Ver figura 2).

Ejecuta de 10 a 16 torciones del tronco, de izquierda a derecha, cambiando. (Ver figura 3).

Inclina el tronco al frente, 10 a 16 veces. (Figura 4).

Ejecuta círculos con los brazos extendidos, 10 a 15 veces. (Figura 5).

Ejecuta círculos con la cabeza, 5 a 10 veces. (Fig. 6).

Ejecuta círculos con la cadera, 5 a 10 veces. (Fig. 7).

Camina elevando muslos, 20 metros. (Figura 8).

Parado en un desnivel, sin apoyar los talones, sube y baja el cuerpo, 5 a 10 veces. (Figura 9).

Sentado con el tronco hacia atrás, mantén esta posición 10 segundos. (Repite este ejercicio 3 ó 4 veces). (Ver figura 10).

De la posición acostada, siéntate tomándote las rodillas durante 10 segundos (repite este ejercicio tres veces); acostado eleva la posición de bolita 10 segundos 3 repeticiones. (Ver figura 11).

Ahora sí, de acuerdo con tu tiempo y tu edad, dispónte a localizar en la *tabla* la distancia que debes recorrer:

Nota: Si las distancias máximas señaladas, las realizas sin dificultad durante más de un mes, acude al jefe de Actividades Deportivas de tu Municipio o Delegación, quien te formulará un nuevo programa.

Si por algún motivo interrumpes la rutina de ejercicios, reinicia por el valor mínimo.

Esta tabla es recomendable para menores de 15 años, usando la mitad de las distancias estipuladas aquí.

Edad	10 Minutos	Metas	15 Minutos	Metas	20 Minutos	Metas	25 Minutos	Metas	Clasificación
	1 500 m.	1a. semana	2 300 m.	1a. semana	3 100 m.	1a. semana	3 900 m.	1a. semana	
15	1 600 m.	3a. semana	2 400 m.	3a. semana	3 200 m.	3a. semana	4 000 m.	3a. semana	Principiantes
	1 700 m.	5a. semana	2 500 m.	5a. semana	3 300 m.	5a. semana	4 200 m.	5a. semana	
a	1 800 m.	7a. semana	2 600 m.	7a. semana	3 400 m.	7a. semana	4 400 m.	7a. semana	
	1 800 m.	9a. semana	2 700 m.	9a. semana	3 600 m.	9a. semana	4 500 m.	11a. semana	
30	1 900 m.	11a. semana	2 800 m.	11a. semana	3 800 m.	11a. semana	4 700 m.	13a. semana	Intermedios
Años	2 000 m.	13a. semana	2 900 m.	13a. semana	4 000 m.	13a. semana	5 000 m.	15a. semana	
	2 100 m.	15a. semana	3 000 m.	15a. semana	4 200 m.	15a. semana	5 300 m.	17a. semana	
	1 300 m.	1a. semana	2 100 m.	1a. semana	2 800 m.	1a. semana	3 500 m.	1a. semana	
30	1 400 m.	3a. semana	2 200 m.	3a. semana	2 900 m.	3a. semana	3 600 m.	3a. semana	Principiantes
	1 500 m.	5a. semana	2 400 m.	5a. semana	3 000 m.	5a. semana	3 800 m.	5a. semana	
a	1 600 m.	7a. semana	2 600 m.	7a. semana	3 100 m.	7a. semana	3 900 m.	7a. semana	
	1 600 m.	9a. semana	2 600 m.	9a. semana	3 200 m.	9a. semana	4 000 m.	9a. semana	
40	1 700 m.	11a. semana	2 800 m.	11a. semana	3 400 m.	11a. semana	4 200 m.	11a. semana	Intermedios
	1 800 m.	13a. semana	3 000 m.	13a. semana	3 600 m.	13a. semana	4 400 m.	13a. semana	
Años	1 900 m.	15a. semana	3 200 m.	15a. semana	3 800 m.	15a. semana	4 600 m.	15a. semana	
	1 200 m.	1a. semana	1 800 m.	1a. semana	2 500 m.	1a. semana	3 000 m.	1a. semana	
40	1 250 m.	3a. semana	1 900 m.	3a. semana	2 600 m.	3a. semana	3 100 m.	3a. semana	Principiantes
	1 300 m.	5a. semana	2 000 m.	5a. semana	2 700 m.	5a. semana	3 200 m.	5a. semana	
	1 350 m.	7a. semana	2 100 m.	7a. semana	2 800 m.	7a. semana	3 400 m.	7a. semana	
a	1 400	9a. semana	2 100 m.	9a. semana	2 900 m.	9a. semana	3 600 m.	9a. semana	
50	1 500 m.	11a. semana	2 200 m.	11a. semana	3 000 m.	11a. semana	3 800 m.	11a. semana	Intermedios
	1 600 m.	13a. semana	2 300 m.	13a. semana	3 200 m.	13a. semana	4 000 m.	13a. semana	
Años	1 700 m.	15a. semana	2 400 m.	15a. semana	3 400 m.	15a. semana	4 200 m.	15a. semana	
	1 000 m.	1a. semana	1 500 m.	1a. semana	2 100 m.	1a. semana	2 600 m.	1a. semana	
Más	1 050 m.	3a. semana	1 600 m.	3a. semana	2 200 m.	3a. semana	2 700 m.	3a. semana	Principiantes
	1 100 m.	5a. semana	1 700 m.	5a. semana	2 300 m.	5a. semana	2 900 m.	5a. semana	
de	1 150 m.	7a. semana	1 850 m.	7a. semana	2 400 m.	7a. semana	2 900 m.	7a. semana	
	1 200 m.	9a. semana	1 900 m.	9a. semana	2 500 m.	9a. semana	3 000 m.	9a. semana	
50	1 250 m.	11a. semana	2 000 m.	11a. semana	2 600 m.	11a. semana	3 200 m.	11a. semana	Intermedios
	1 300 m.	13a. semana	2 100 m.	13a. semana	2 700 m.	13a. semana	3 400 m.	13a. semana	
Años	1 350 m.	15a. semana	2 200 m.	15a. semana	2 900 m.	15a. semana	3 600 m.	15a. semana	

Los jabones

Marta Sandra García M.

Se ha considerado a los jabones de tocador como artículos de primera necesidad, como un producto insustituible por ser un elemento básico para el aseo personal. La publicidad les ha exagerado sus atributos y ha hecho de estos productos una condición de la belleza, femenina o masculina. Cada marca se ostenta con diferentes "cualidades"; hay los que se anuncian como limpiadores, suavizantes, desodorantes y los que ofrecen tratamiento de belleza completos.

Por supuesto, esta clasificación es ficticia, ya que prácticamente todos los jabones de tocador que circulan en el mercado nacional están elaborados con los mismos componentes y sólo se distinguen por algunas variantes como el aroma, el color, la publicidad y el precio, lógicamente sin alterar la función principal del producto: limpiar.

¿Qué es un jabón?

Los jabones de tocador se hacen de materiales orgánicos (aceites vegetales y grasa animal) y se pueden mezclar varios aceites de diferente calidad, lo que reporta un ahorro al fabricante pero baja la calidad del jabón.

En México, a pesar de encontrarse en el mercado varias marcas, son pocos los fabricantes de jabón y los principales son: Colgate Palmolive, La Corona, Procter & Gamble de México y Armur.

Son ellos los que se disputan el mercado a través de la publicidad y no del producto, pues básicamente todo jabón es el resultado de la acción entre una grasa y un álcali (hidróxido de sodio, sosa cáustica). Además le adicionan otro tipo de ingredientes, como los ablandadores de agua (sustancias que pueden producir espuma en aguas duras) que sirven para evitar la formación de coágulos insolubles que podrán depositarse en la piel y los preservativos que conservan las propiedades específicas del producto: blanqueadores, colorantes, perfume y algunas veces bactericidas.

¿Cómo se hace?

La elaboración del jabón es un proceso interesante y sencillo (a veces forma parte de las prácticas de laboratorio de jóvenes de secundaria), pero debe tenerse mucho cuidado con el manejo de las sustancias.

Para fabricar jabón se necesita:

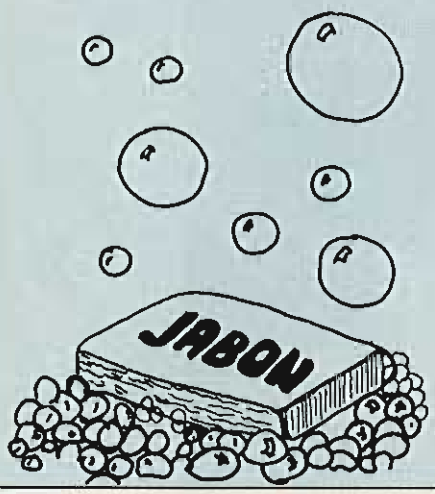
- 75 gramos de aceite de coco (o cualquier otro aceite vegetal).
- 25 gramos de cebo.
- Hidróxido de sodio (sosa cáustica) al 15 por ciento (15 gms. por cada 85 ml. de agua).
- termómetro.
- Un frasco de vidrio, con capacidad para un litro (con graduación), o vaso de precipitado de 800 ml.
- Agitador de vidrio o madera.
- Papel indicador universal
- Agua (lo más salada posible)
- Lanolina, colorante, esencias.
- Recipiente grande con agua.
- Papel filtro.

Forma de preparación:

1. El aceite de coco y el cebo se ponen a calentar a una temperatura entre 60ºC y 80ºC, a baño de María y se agita constantemente.

2. Aparte se preparan 75 gms. de hidróxido de sodio al 15 por ciento (es decir, 15 gms. de hidróxido de sodio por cada 85 ml. de agua, esto es igual a 100 ml. de solución de los cuales sólo se ocupan 75).

Las principales marcas y fabricantes de jabón son los siguientes:



• Camay	95 grs.	Procter & Gamble
• Colgate con Lanolina	102 grs.	Colgate Palmolive, S.A.
• Darling	94 grs.	Colgate Palmolive, S.A.
• Dial	99 grs.	Armour, S.A. de C.V.
• Escudo	95 grs.	Procter & Gamble
• Lux	93 grs.	La Corona, S.A.
• Nordiko	90 grs.	Colgate Palmolive, S.A.
• Palmolive	102 grs.	Colgate Palmolive, S.A.
• Palmolive de Lujo	95 grs.	Colgate Palmolive, S.A.
• Rexona	95 grs.	La Corona, S.A.
• Rocío de Colgate	90 grs.	Colgate Palmolive, S.A.
• Rosa Venus	96 grs.	La Corona, S.A.
• Spleen	92 grs.	Colgate Palmolive, S.A.
• Tepeyac	96 grs.	La Corona, S.A.
• Zest	95 grs.	Procter & Gamble

3. Fuera del fuego se agrega esta solución (de hidróxido de sodio) en tres porciones de 25 gms. cada una a la mezcla de grasas (aceite de coco y cebo) moviendo de vez en cuando durante 20 minutos.

4. Esta mezcla se calienta a baño de María a 80ºC hasta obtener un producto homogéneo y cremoso.

5. Se agregan 200 mililitros de agua salada. Se calienta la mezcla hasta que hierva, sin dejar de mover.

6. Se deja reposar hasta que se separen: abajo el jabón y arriba el líquido (se le llama método de decantación).

7. Con mucho cuidado, poco a poco se tira el líquido, dejando la mezcla en el vaso. Esta operación se repite dos o tres veces más hasta que al introducir el papel indicador éste marque un ph de 8.5.

8. Se seca el jabón con el papel filtro.

Hasta aquí, ya se ha obtenido jabón puro; sin embargo, los jabones comerciales contienen entre 8.80 por ciento de base activa del proceso y el porcentaje restante está constituido por agua y sustancias que proporcionan a los jabones características específicas, llamados coadyuvantes, que confieren al producto propiedades tensoactivas, suavizantes, humectantes. Entre estas sustancias podemos anotar: lanolina, glicerina, bactericidas, colorantes y esencias que se incorporan de la siguiente manera:

• La mezcla de jabón que se obtuvo se pesa y de los gramos obtenidos se agrega el 2 por ciento, en peso, de glicerina; 1.8 por ciento de lanolina y entre 20 y 25 ml. de agua.

• Se pone a calentar suavemente a baño de María hasta obtener una mezcla homogénea. Se debe agitar lentamente para evitar, hasta donde sea posible, la formación de espuma.

• Se enfría y se agrega 0.5 por ciento de colorante y 4 por ciento de esencia (recuerde que esto es en base al peso total del jabón), y deben concordar el aroma y el color.

Se vacía el jabón en moldes.

Este es el proceso de obtención, del jabón, pero no todos podemos o queremos elaborarlo y preferimos comprarlo ya empaquetado. Para elegir el mejor debemos tener en cuenta lo siguiente:

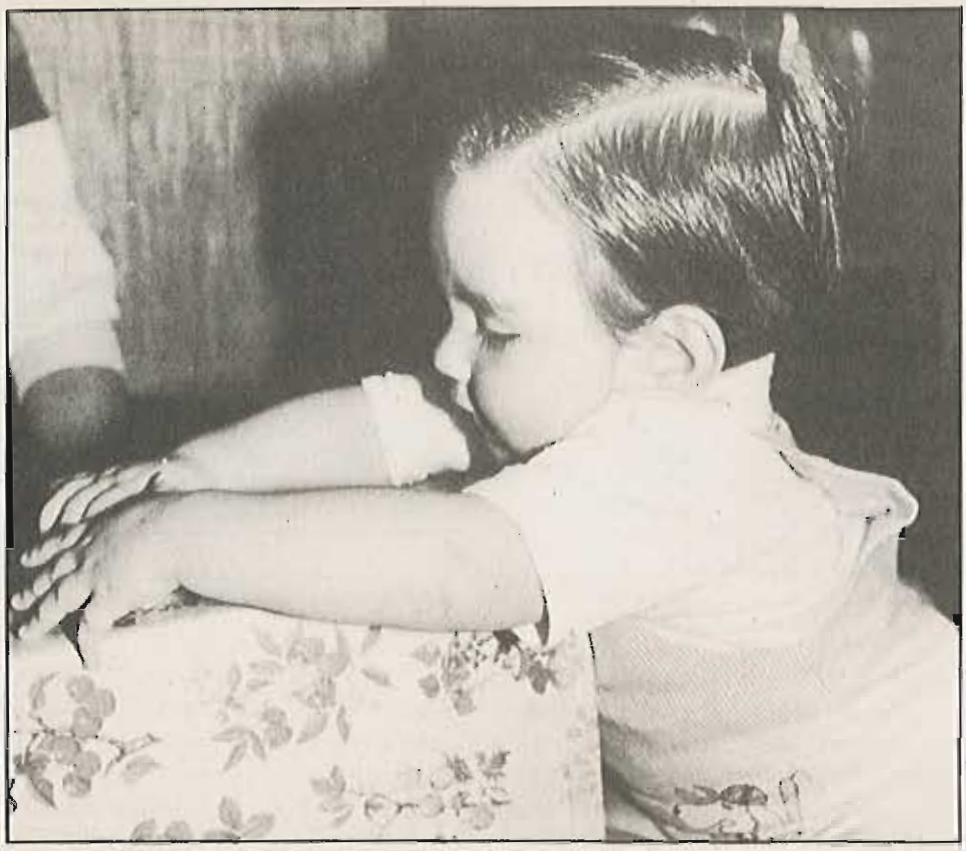
Existen en el mercado diferentes tipos de jabón: humectantes, desodorantes, suavizantes, etc., pero, ¿hasta dónde son ciertas estas propiedades?

¿Son suavizantes los jabones? El jabón es un irritante de la piel, no la suaviza; por el contrario, la irrita al eliminar la suciedad y los aceites naturales de la piel aunque sean los jabones más caros o contengan grasas adicionales (aceite de oliva o crema humectante).

Los de acción desodorante contienen ingredientes antibacterias, pero no se ha comprobado su efectividad y sí pueden ocasionar irritaciones o alergias en la piel demasiado sensible. Por otro lado, todos los jabones tienen efectos desodorantes, ya que remueven las bacterias que causan el olor corporal. Además sólo está en contacto con la piel por breve tiempo, y al enjuagarse se pierde todo, con lo cual se destruye el mito de que "su acción antibacterial y desodorante perdura por horas"; lo mismo sucede con la fragancia.

Por lo tanto, si alguna marca de jabón le provoca irritación o erupción en la piel, suspenda su uso y consulte a su médico.

Compare precios y valore la cantidad de dinero que está pagando por las características del jabón. No necesariamente un jabón caro es mejor que uno barato; generalmente tienen las mismas características y sólo los hacen diferentes sus perfumes caros. Pruebe los dos y sea usted mismo el jurado imparcial.



Importancia de la estimulación en la primera edad

J. Eduardo Aguilar Magaña

Los estudiosos de la conducta y el desarrollo biológico del hombre, coinciden en señalar que la primera infancia, que transcurre desde el nacimiento hasta los seis años, es una de las más importantes etapas de la vida de todo ser humano.

A partir del nacimiento, en que cambian totalmente sus condiciones de existencia e irrumpe al mundo dejando atrás un medio que le aseguraba calor y alimento, el niño inicia un proceso de aprendizaje que habrá de continuar a lo largo de toda su vida. Su crecimiento físico no es menos importante que su desarrollo mental, pues una vez aprendido el "cómo comer", esto es, desde la succión del pecho de la madre hasta los sonidos guturales que emite para expresar su necesidad de atención, seguirá el "cómo hacer", para desplazarse y ejecutar la conducta deseada. Esta relación entre el pensar y el hacer va ir marcando las pautas de comportamiento del infante, que mostrarán la maduración en su desarrollo, que será más rápido o lento, dependiendo de la alimentación, y el estímulo para expresarse y conducirse seguro e independiente.

Las investigaciones realizadas hasta el momento por la UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Niñez) subrayan la necesidad de dar más importancia a la estimulación entre los cero y los dos años, y continuarla hasta los seis.

La estimulación temprana se logra mediante la realización de una serie de actividades destinadas a animar, mover, inspirar y enriquecer al niño en su desarrollo físico y mental. Las actividades siempre exigen la relación entre el niño y el adulto y en ocasiones incluye algunos objetos. Son formas de comunicación que pueden expresarse por medio de gestos, murmullos, actitudes, palabras y otras manifestaciones. Todas buscan una comunicación atenta, afectuosa y constante con el niño,

procurando que desde su nacimiento y a lo largo de su desarrollo, active su capacidad de percepción de colores, sonidos, olores, texturas y sabores. Los ejercicios, masajes, balanceos y juegos, con paciencia y continuidad, desarrollarán su capacidad de movimiento.

Los estímulos deben ser acordes con la edad y estar estrechamente relacionados con la capacidad, el interés y la actividad del pequeño.

Los momentos en que se le alimenta, se le arrulla y se le asea, son los ideales para su estimulación. Al crecer pueden aprovecharse los ratos que pasa en jardines infantiles o en actividades preescolares.

Guía de estímulos para las distintas etapas entre los 0 a los 6 años.

0 a 3 meses. Es necesario que la madre acerque al bebé a su seno y le ofrezca todo su afecto durante la alimentación. Cuando lo bañe y le cambie la ropa debe hablarle y cantarle. Hay que cambiarlo de posición en su cuna, para que pueda estar boca abajo, boca arriba y de lado. Es bueno cargarlo y balancearlo de izquierda a derecha y de derecha a izquierda. Para ejercitar su reflejo de presión, conviene colocar el dedo (o cualquier objeto alargado) en la palma de sus manos, para provocar que las abra y las cierre.

Resulta muy estimulante para el niño darle oportunidad de que vea objetos llamativos, rostros familiares y sus manitas. También conviene sonar suavemente un objeto cerca de sus oídos, para observar sus reacciones, que pueden ser movimientos de ojos, brazos, piernas y variaciones en la respiración.

3 a 6 meses. En esta edad debe llamársele por su nombre y conversar con él mientras come, se baña y se viste.

Deben colocarse objetos al alcance de su mano, que pueda llevarse a la boca sin peligro. Es aconsejable jugar con él a "las escondidas" y motivarlo para que vaya explorando y conociendo su cuerpo. También es aconsejable mecerlo en una hamaca o cargarlo, procurando que durante un rato mire hacia atrás y hacia adelante.

6 a 9 meses. En esta etapa debe sentarse al niño en un lugar seguro, protegido y limpio, con el fin de que se pueda mover libremente. La madre debe jugar con él y estimularlo a que gatee. Cuando se le bañe. Hay que dejar que chapotee en el agua con manos y pies. Se le deben dar objetos como cucharas de madera o de plástico, para que golpee mesas o envases que no se rompan. Hay que hablarle con palabras simples y bien pronunciadas, para que vaya aprendiendo el lenguaje.

9 a 12 meses. En esta etapa ayúdelo a caminar, ya sea deteniéndole con las dos manos o colocando al niño en un "corral", donde pueda impulsarse y lograr ponerse de pie. Es conveniente que utilice juguetes en los que se pueda montar, cuidándolo debidamente. Hay que darle oportunidad de que sople, que apague velas o cerillos, y que coloque objetos dentro de un recipiente y luego los saque.

Puede aprender a cumplir órdenes verbales: levantarse, sentarse, abrir y cerrar la puerta o gavetas.

Hasta aquí hemos visto que el niño ha dado un paso muy importante en su desarrollo ha adoptado la postura clásica del ser humano; es decir, se ha erguido, equilibrado y empieza a caminar. En las siguientes etapas de su primera infancia, los apoyos que se le ofrezcan estimularán en él el cumplimiento de funciones cada vez más complejas.

12 a 18 meses. Debe ayudársele

en su práctica de subrir y bajar escaleras. También hay que proporcionarle juguetes que pueda empujar y mover alrededor. Es posible enseñarle juegos simples para que vaya identificando las partes de su cuerpo; que abotone su ropa y suba y baje el cierre. Se le debe estimular para que realice actividades imitativas, tales como sacudir y barrer. Conviene que aprenda los nombres de los miembros de la familia, los alimentos, los utensilios de cocina, los objetos que lo rodean y los juguetes.

18 a 24 meses. Conviene darle libertad para que camine y corra, juegue con la pelota, traslade objetos de un lugar a otro y ayude en labores propias de su edad. Con crayolas y papel grande puede garabatear. Hay que darle oportunidad de jugar con agua. Debe enseñarse al niño tonadas simples y rítmicas, que pueda repetir mientras se mece, columpie o juegue. Se le debe animar a que coma sólo con su cuchara, sin que haya que forzarlo. Se debe insistir en los hábitos de limpieza y se le

puede enseñar a cepillarse los dientes.

2 a 3 años. En este periodo es muy bueno que el niño se ejercite con juegos al aire libre, con llantas, troncos, cubos grandes, cajones y pelotas. Se le debe dar la oportunidad de cavar y trasladar tierra o arena, soplar burbujas de jabón y correr para atraparlas. Conviene dejarlo que haga construcciones con palitos, lápices, cubos y plastina, y alentarlo a que arme rompecabezas simples, acomode piezas y ordene sus juguetes.

3 a 4 años. Deben favorecerse todas las actividades que lleven al niño a correr, saltar, trepar y rodar, evitando las situaciones peligrosas. Se le debe pedir que se lave y que se vista solo y ayudarlo si es necesario. Conviene planear con el niño visitas al zoológico, museos, al campo, a las playas y al mercado.

4 a 5 años. En esta edad se le debe enseñar a saltar con los pies juntos, con un pie después del otro y con una cuerda. Se aconseja lanzarle la pelota y recibirla cuando él la regresa, hasta que perfeccione el juego. Es muy conveniente enseñarle canciones y juegos en los que participe con palmadas, zapateos, brincos y pasos de danza. Hay que darle libertad para que elija sus juegos, cuentos, amigos y actividades.

5 a 6. En este periodo debe enseñársele a saltar lo más alto que pueda. Hay que estimularlo a correr y que en la carrera abra bien las piernas, moviendo rítmicamente los brazos y respirando de manera acompasada. Debe estimularse su afán de coleccionar objetos y materiales, así como facilitar que lleve álbumes. Hay que alentar sus avances en la escritura de letras, palabras simples y números.

La felicitación oportuna en todos los avances del niño es indispensable.

Gotitas corrosivas

Norma Herrera

La lluvia ácida no es ninguna combinación rara de agua con limones o naranjas. Es un serio problema de contaminación que daña nuestra ecología terrestre y marítima. Es una grave enfermedad que padece el siglo XX, resultado de la industrialización acelerada, mal planeada y carente de previsión y control respecto al manejo de los deshechos. Está afectando nuestra salud.

Poco a poco los bosques se secan, los monumentos se deterioran, los animales que viven en lagos y ríos dejan de existir; la muerte lenta, pero segura, se lleva primero a los crustáceos, a los moluscos y a las plantas; más tarde, a los peces.

La acidez puede también tener efectos en el hombre. Un ejemplo es el envenenamiento que puede causarle a través de las cadenas alimenticias. Veamos cómo: el mercurio, el cadmio y el aluminio son metales que depositados en el subsuelo o en el fondo de los lagos como residuos industriales reaccionan con la humedad ácida. Esta forma de contaminación, la lluvia ácida, puede contaminar las cosechas que nos proporcionan alimento, así como los peces que saboreamos en nuestras mesas.

¿Por qué se acidifica el agua?

Los automóviles, las fábricas, las centrales termoeléctricas y los sistemas domésticos de calefacción envían a la atmósfera una gran cantidad de contaminantes, principalmente óxidos de nitrógeno y azufre. Estos reaccionan con el vapor de agua, que está presente en la atmósfera, formando así, ácidos.

Esa reacción química puede ocurrir en el interior de una nube, cuando los contaminantes han viajado junto al aire o bien en los lugares cercanos a la fuente que los produjo -- una fábrica, por ejemplo -- y caer por arrastre de la lluvia. Sea como sea, esta lluvia contaminada cae sobre los suelos, los árboles, los monumentos, los ríos, las cosechas, etcétera, con distintos grados de acidez y provocando diferentes daños.

La acidez se mide en términos pH, que es un signo que indica la concentración de iones de hidrógeno en una solución, indicando así su acidez o alcalinidad. La escala varía de 1 a 14. Un valor 7 equivaldría a soluciones neutras; menores de siete, ácidas; y mayores de este número, alcalinas. Mientras más bajo sea el valor, mayor es la acidez. Cuando el pH es menor de 5.6, la lluvia ácida es un hecho.

Los más ricos, los más afectados

Aunque éste no es un problema nuevo, la lluvia ácida representa una de las plagas de la modernidad, cuyos efectos se han sentido con mayor fuerza en los países industrializados, tanto capitalistas como socialistas.

Estados Unidos, Canadá, Suecia, Noruega, Checoslovaquia, la República Democrática de Alemania, Polonia, Hungría y la Unión Soviética son países que se han visto afectados por este enemigo invisible.

Sin embargo, este fenómeno ha ido dejando de ser poco a poco exclusivo de los países ricos para afectar a otros que no lo son tanto. Podrían señalarse dos razones como respuesta: primero la geográfica, por la vecindad de los países. En este sentido, hay que entender que el aire no se estaciona en un lugar fijo. Sobre este punto se sabe que en Europa Oriental, donde la industria depende aún en gran medida del uso de carbón, hay un traslado fronterizo de gases contaminantes.

Por ejemplo, las emanaciones de Checoslovaquia, la RDA, Polonia y Hungría afectan incluso a la Unión Soviética.

En segundo término, porque la industria emite a la atmósfera suficientes cantidades de gases contaminantes para acidificar las lluvias. En este sentido, basta recordar que la ciudad de México, que disputa el primer lugar en magnitud poblacional, soporta actualmente el tránsito vehicular de unos 3 millones de autos en el área metropolitana y conurbana.

Respecto al crecimiento industrial, a pesar de que en la actualidad está prohibida la apertura de nuevas fábricas, éstas siguen apareciendo, principalmente durante los sesentas y setentas. Al mismo tiempo sigue desarrollándose en el Distrito Federal y en sus alrededores, la mayor actividad productiva del país.

En Europa y Norteamérica, el fenómeno de la lluvia ácida ha puesto en alerta a sus gobiernos y a sus investigadores. A nivel internacional se han hecho una serie de recomendaciones entre las que destacan: el uso de combustible con bajo contenido de azufre, el arrojar piedra caliza en los lechos de los lagos y ríos para controlar los óxidos de azufre, el uso de chimeneas, la adaptación de convertidores catalíticos a los motores y en general el uso de nuevos y más eficaces tecnologías anticontaminantes.

En México, la situación debe ser atendida de acuerdo a sus propias condiciones de nación: ubicación geográfica, desarrollo industrial, científico y tecnológico.

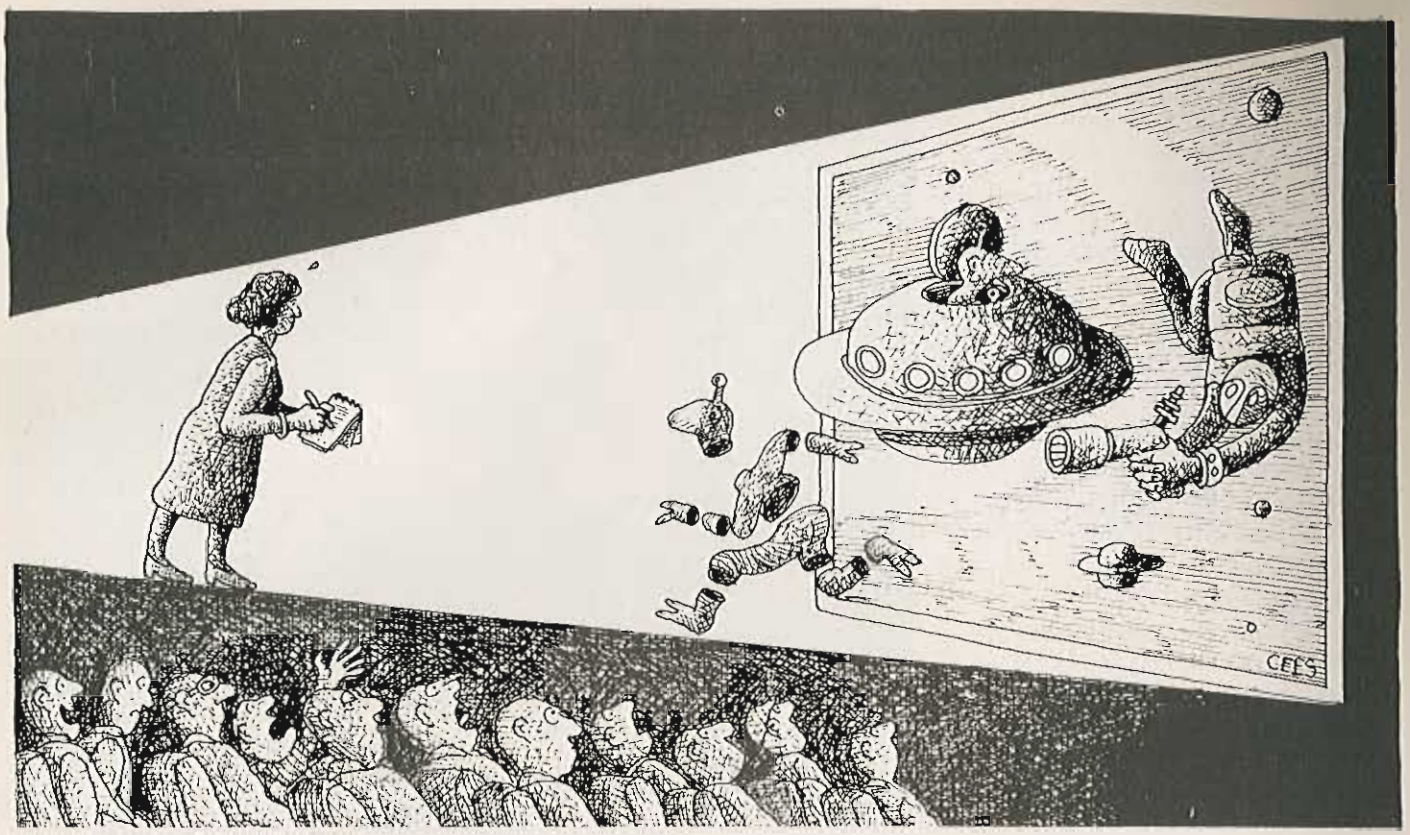
En el Departamento de Contaminación Ambiental del Centro de Ciencias de la Atmósfera de la UNAM, cuyo jefe es el doctor Humberto Bravo Alvarez ha iniciado una serie de investigaciones para estudiar este fenómeno de la lluvia ácida en la cuenca del Valle de México, y en la zona fronteriza norte del país.

Los resultados obtenidos hasta el momento en la ciudad de México, no reportaron lluvia ácida, pero sí un alto grado de bióxido de azufre en su atmósfera.

En la cuenca del valle de México los suelos son alcalinos, propiedad que neutraliza la acidez de las lluvias.

Sin embargo, en el bosque del Ajusco y en el de Chapultepec se ha observado que el ozono transportado desde las regiones más contaminadas de la ciudad sí ha atacado los árboles, debilitando con eso su capacidad de defensa y el desarrollo de un sinnúmero de plagas.

No esperemos a ver nuestros bosques muertos, ni nuestros recursos naturales dañados por este mal. No esperemos a que la lluvia ácida corroa lentamente nuestros monumentos. Pongamos un granito de arena. ¿No serán estos fenómenos, como la lluvia ácida, una severa llamada de atención que no hace la Naturaleza para decirnos que no puede más?



Las películas del espacio invaden la pantalla

Ofelia Villegas de García

- **La primera película del espacio data de 1898 Sin embargo, se pusieron de moda a partir de los años cincuentas**
- **La televisión con series como** *los invasores, perdidos en el espacio* **y** *viaje a las estrellas*, **coadyuvó a imponer el gusto por las historias de ficción espacial**

Nos encontramos en la primavera del año 2036, en la cabina de mando de una nave espacial que se dirige a un planeta extraño: VGA. El astronauta CHI-FLE 23 comenta que la nave ha hecho ocho meses de vuelo desde la tierra, y que por fin VGA se encuentra frente a ella. Adentro, todo es botoncitos, palancas y movimiento; afuera, montones de estrellas y VGA, rarísimo.

El astronauta CHA-CHA 14 teclea sobre la computadora de mano. Esta, con indiscutible voz electrónica dice que ha procesado la orden. Desde la terminal Marte, la NASA pide informes urgentes por videófono. CHA-CHA 14 saca su pistola de rayos lasser y dispara sobre el videófono. Conmoción en la cabina. La nave ha quedado sin comunicación con la NASA. ¿Sabotaje? CHE-FLE 23 y dos astronautas más forcejean con CHA-CHA 14, tratando de detenerlo. Al fallar un golpe, la mano de CHA-CHA 14 se estrella contra un aparato y se zafa. Entonces descubrimos atónitos que el astronauta CHA-CHA 14 es... ¡un robot!

Esto es más o menos el comienzo espectacular de una película del espacio. Porque, en efecto, lo primero que advertimos en estas cintas es que son verdaderos espectáculos visuales y auditivos.

¿Las películas del espacio, ¿sólo buscan hacernos pasar el rato?

Astronautas aventureros, máquinas interplanetarias fruto de la

alta tecnología del futuro, paisajes lunares y seres extraterrestres, se conjugan para ofrecernos una mezcla de elementos irresistibles: aventura, suspenso y, a menudo, terror.

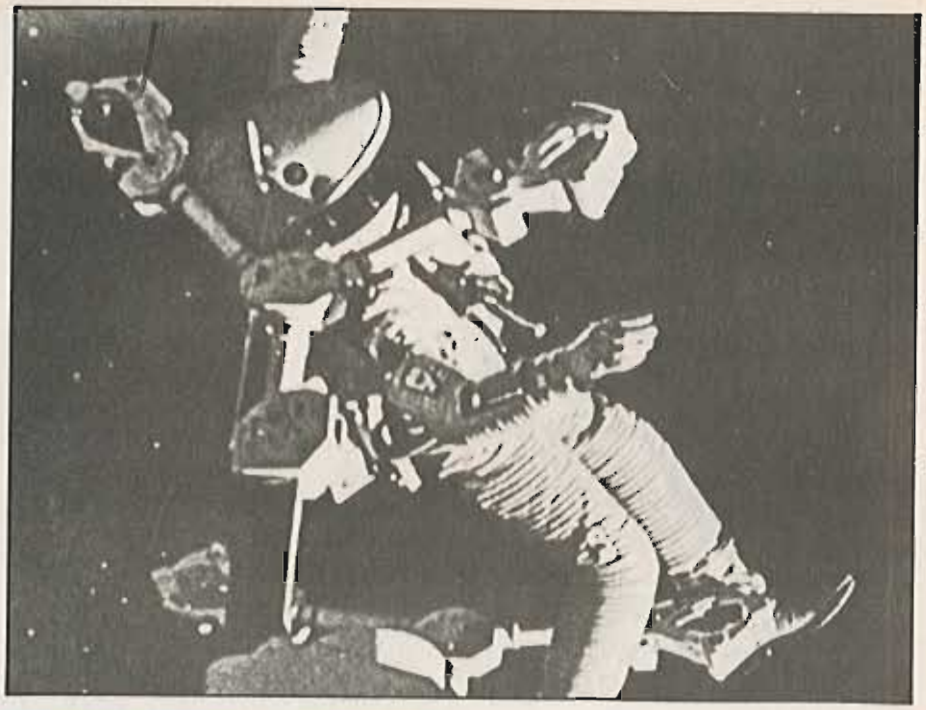
Para algunas personas resultan muy superficiales, ya que nada nos dicen acerca de las complejidades de la vida, pero nadie puede negar que resultan muy entretenidas. Y, claro, son como aquellas películas donde el héroe y la heroína eran perseguidos por una tribu de caníbales, hasta la orilla de un río. La muchacha se lastimaba un tobillo y él, viendo que los sanguinarios antropófagos se acercaban, se colgaba de una liana, pasaba el brazo por la cintura de la muchacha y se lanzaba con ella por sobre el río, donde asomaban hambrientas las duras fauces de los cocodrilos.

¿Ustedes se acuerdan? Sólo que las películas del espacio transcurren en un futuro muy avanzado tecnológicamente, donde los humanos alternan con caprichosos seres extraterrestres.

¿A qué llamamos suspenso?

Del peligro que ofrecen estos extraterrestres surge el suspenso. ¿Recuerdan la película *Alien, el octavo pasajero*? En ésta aparece un monstruo extraterrestre, precisamente Alien, que se mete a una nave espacial tripulada por siete astronautas. Alien es altamente peligroso y parece inevitable que pueda acabar con los tripulantes. El suspenso se crea con la espera de que eso suceda y con la angustia que sentimos al no poder hacer nada por ayudarlos.

Y en efecto, Alien va matando progresivamente a cada uno de los astronautas; pero cuando ya faltan cinco minutos para que acabe la cinta, el último sobreviviente, una hermosa científica, logra echar fuera de la nave al maldito Alien quien, por su parte, nos ha hecho pasar más de una hora soltando descargas de adrenalina en la orilla del asiento.



Los principales temas y técnicas de las películas del espacio.

Las películas del espacio se refieren sobre todo a los temas tratados por H.G. Wells, el gran escritor de ficciones científicas: viajes en el tiempo, visiones del futuro, exploración de otros planetas e invasión de la Tierra por los seres de otros mundos.

Desde luego, la historia es lo más atractivo de una película, junto con el trabajo de los actores que representan a los personajes que viven en la trama. Otros elementos son: la música, que enriquece la acción, subrayándola o enalteciéndola, y los escenarios, que frecuentemente son diseños de gran imaginación sobre galaxias, planetas, paisajes, ciudades, naves y máquinas del futuro o de mundos distantes.

Los efectos especiales se usan casi por norma en las películas del espacio. Todo lo que vemos en la pantalla, que no se logra por fotografía directa, es efecto especial. Por ejemplo, en la película del hombre invisible a él no lo vemos, pero observamos como va dejando sus huellas sobre la arena. Lo mismo en el vuelo de *Supermán* y también la desintegración de un personaje al que le disparan con una pistola de rayo lasser.

En la actualidad el cine sigue siendo una forma de entretenimiento popular, a pesar de haber sido desbancado por la televisión como la principal distracción audiovisual.

Constantemente se observan las largas filas de los que esperan para entrar a ver una película cuyo tema puede ser el horror, la acción, el futuro, etcétera, pero ahora con un toque de modernidad: violencia, erotismo y efectos especiales, en dosis cada vez más increíbles.

Lo anterior no puede pasar inadvertido, sobre todo si observamos que los espectadores de esta "fábrica de sueños" son en su mayoría jóvenes en proceso de formación de una identidad propia. Con frecuencia, los modelos, actos y sentimientos que aparecen en las pantallas, están lejos de construir un "séptimo arte" y de estimular positivamente la imaginación y creatividad del espectador. El cine debe disfrutarse con una visión crítica; de lo contrario pasa de ser una vivencia enriquecedora, a una experiencia que distorsiona la mente, sobre todo a niños y jóvenes.

El juego de pelota

Enrique Parada

Todavía hoy nos asombramos cuando vemos llenos los estadios y al público entusiasmado, vitorear a sus héroes deportivos. Al presenciar la exaltación común, ésta se apodera del individuo y lo obliga a la participación. Esto se puede observar en las grandes ceremonias del deporte, en las que los nacionalismos exacerbados contribuyen al apasionamiento común.

Pero el espectáculo deportivo, lamentablemente, también ha sido producto de la comercialización y es sin duda el caso de uno de los deportes más practicados en el mundo: el futbol.

En nuestro país, según los especialistas, el 80 por ciento de la población mayor de 18 años es aficionada a este juego, ya sea como practicante o como simple espectador. Esta afición es sorprendente si consideramos que en nuestro país, este deporte tiene menos de un siglo de existencia. Para los sociólogos y comunicólogos este fenómeno obedece a la industrialización del deporte, manifestación de la época de consumo que vive el sistema capitalista.

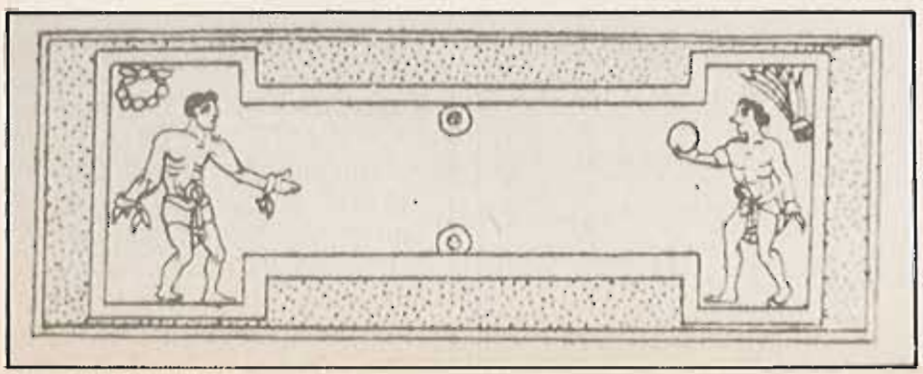
Dentro de este marco, nuestras tradiciones se han ido perdiendo a lo largo del presente siglo. Un ejemplo evidente es el **juego de pelota**, actividad religiosa de las antiguas civilizaciones mesoamericanas, prueba de ello son los hallazgos arqueológicos de campos destinados a ese juego, que se han encontrado desde Honduras, en el sur, hasta Arizona, en el norte, y que ha logrado sobrevivir en pocos lugares, pero ahora con un carácter meramente deportivo, competitivo. Esta es una evidencia que da a conocer una de las manifestaciones culturales de nuestras antiguas civilizaciones y que marca la transformación de las justas llamadas deportivas, hasta llegar a la actual situación de competencia y rivalidad, pero por negocio.

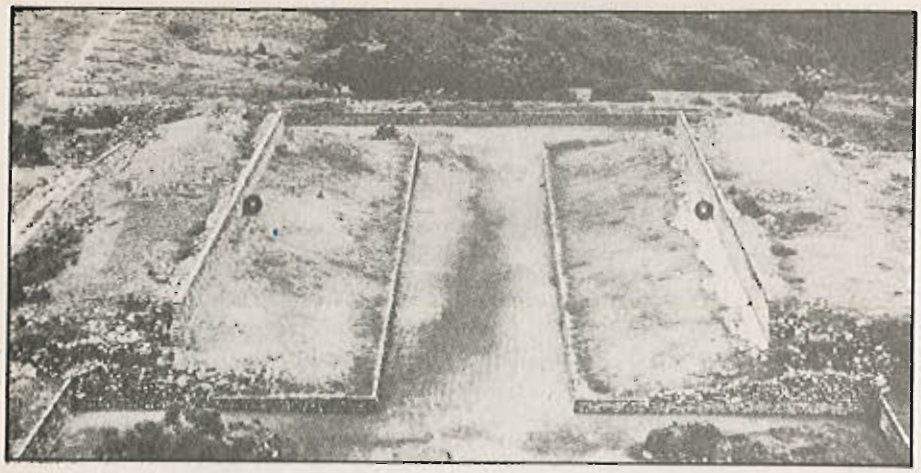
Batalla contra los seres del mal.

Mil años antes de nuestra era, los griegos practicaban un juego llamado *harpastum*, para muchos el antecedente del futbol, este deporte se jugaba entre dos equipos y con una pelota, el equipo que lograba llevar la pelota al terreno de juego contrario era el ganador. En mesoamérica, nuestros antepasados, "jugaban" lo que los aztecas llamaban *tlachtli* y los arqueólogos y antropólogos han nombrado **juego de pelota.**

El **juego de pelota**, a diferencia del *harpastum* griego era un acto de culto con profundo simbolismo religioso.

El *tlachtli* se jugaba en un campo que se parecía a un I romano o a una doble T. Entre los mayas, zapotecas y totonacas, las paredes laterales de la "cancha" eran inclinadas hacia adentro, mientras que entre los toltecas, mixtecas y aztecas eran verticales y tenían en el centro, de cada pared, un anillo de piedra o madera colocado verticalmente (en contraste con el anillo del moderno baloncesto). Encima de los muros estaban colocadas estatuas que representan divinidades protectoras de juego. En la noche anterior a un juego se celebraban ceremonias en honor a estos dioses. Jugaban dos equipos, cada cual compuesto de uno, dos o tres miembros. Los jugadores iban desnudos, sólo llevaban el *maxtlatl* o taparrabo, y unos cueros, petos, mandiles o rodilleras, y para las caderas un *chimol*, lo que los protegía de los golpes de la dura





pelota. Las reglas del juego sólo permitían que se tocara la pelota con los codos, las rodillas o las caderas. Se trataba, entonces de hacer que la pelota pegara al contrario en alguna parte del cuerpo fuera de las zonas mencionadas. Si se lograba el equipo ganaba un punto. Muy rara vez sucedía que un jugador acertara pasar la pelota por alguno de los anillos de los muros laterales. Cuando esto acontecía, el jugador diestro tenía derecho de posesionarse de todos el vestuario de sus contrarios.

Los dioses y el juego.

En el **juego de pelota**, además de representarse la lucha constante del sol contra los seres del mal, se veneraba a varios dioses. En la cultura azteca se destacaban, entre otros, Huitzilopóchtli (dios de la guerra), Centéotl (dios del maíz), Tlaloc (dios de la lluvia).

"El carácter religioso del **juego de pelota** se confirma con el hecho de que las canchas se han encontrado siempre en los centros ceremoniales", dice el arqueólogo Ernesto González, y agrega que hasta el momento se han hallado 600 construcciones donde se practicaba el juego.

Así se han descubierto testimonios en la zona maya, en los estados de Chiapas, Tabasco, Yucatán, Campeche y Quintana Roo, y en la zona nahua, localizada en las regiones de Tula, Hidalgo; Toluchila, Querétaro; La Quemada, Zacatecas; Yohualichán, Puebla, y el Tajín, Veracruz.

En el año 900 d. C. se introduce una nueva modalidad en el juego: los anillos a cada lado de la cancha, por los cuales se pasaba la pelota. Con estos elementos la actividad se hizo más competitiva; resultaba ganador el que introdujera la pelota primero.

Sin embargo, el carácter religioso se siguió conservando. Al respecto, Sheffler, Reynoso e Inzúa escriben en su libro "El juego de pelota prehispánico", que según cronistas de la época "los anillos eran lo último que se colocaba al hacer una cancha, por considerarlos sagrados, su instalación se llevaba a cabo entre grandes ceremonias".

Sacrificios: alimento de dioses.

En algunas regiones el **juego de pelota** se relacionaba con los sacrificios. "En Chichen Itzá y el Tajín se han encontrado representaciones de jugadores decapitados. De ahí viene la hipótesis de que algún o algunos de los elementos de un

equipo eran sacrificados después de pasar la pelota por el aro. No se ha podido determinar si estos sacrificios se hacían con los ganadores o los perdedores", dice el arquólogo Ernesto González, quien aclara que esta duda persiste porque el o los decapitados se convertían en mensajeros de los dioses, lo cual era un honor. De ahí que posiblemente los ganadores fueran los sacrificados y se sabe que en nuestras antiguas civilizaciones la sangre era el alimento de las deidades y la fertilidad de la tierra.

En el periodo posclásico, mil años d. C. la teocracia perdió importancia y la clase militar se fortaleció como grupo dirigente. Se construyeron menos templos. Las ceremonias de culto religioso fueron menos importantes. El juego de pelota adquirió características de competitividad y empezaron hacerse grandes apuestas. La pasión de los aztecas por los juegos era tan grande que a veces llegaban a perder todo lo que poseían, y tenían que venderse como esclavos.

Según el Códice Florentino algunos años antes de la conquista; hubo muchos malos augurios para los aztecas. Nezahualpilli, rey de Texcoco, predijo que extranjeros gobernarían la tierra de Anáhuac, y tan convencido estaba que apostó su reino contra tres guajolotes. Para determinar si las terribles predicciones de Nezahualpilli eran correctas, Moctezuma jugó y perdió un juego ritual de pelota.

Las apuestas dependían de la posición social del apostador: los nobles jugaban sus palacios y riquezas, y la gente del pueblo maíz, en caso de no pagar el adeudo se convertían en esclavos.

Juego diabólico.

"Cuando los evangelizadores llegaron, poco después de la conquista, advirtieron en el juego de pelota su significado religioso, por lo que decidieron acabar con él", señalan en su libro Sheffler, Reynoso e Inzúa.

Para otros especialistas el juego era visto por los españoles como un acto satánico, "por lo que destruyeron las "canchas" del juego de pelota", añade Ernesto González.

La mayoría de los juegos prehispánicos se prohibieron durante la Colonia, por su significado religioso, y se abandonaron los lugares donde se habían ejecutado. Pero los antiguos juegos se siguieron practicando secretamente en lugares ocultos, en los bosques, en las montañas y el juego de pelota dejó su heredero en el *hulama* (del náhuatl *ullama* que significa jugar pelota, está formada de la palabra *olli* o *ulli*, hule).

Como deporte.

Actualmente el **juego de pelota** se practica con variantes, en diversas zonas del país: en las regiones costeñas de Sinaloa y Nayarit y en la región mixteca de Oaxaca.

El *hulama* "que tiene rasgos más originarios del antiguo juego se practica en el estado de Sinaloa", refiere Víctor Inzúa en el texto *Juego de pelota prehispánico*, rigen el juego las antiguas reglas, y hasta han coservado su carácter religioso en cuanto a que sólo se juega los domingos y días festivos.

Las modalidades del *hulama* son: hulama de cadera, antebrazo y con palo. La **pelota mixteca**, de orígenes anteriores a la conquista, se juega en el estado de Oaxaca.

Sin embargo, "este juego es un mero deporte, un acto competitivo. No es ningún acto de culto religioso", nos informa el arqueólogo Ernesto González.

El **juego de pelota** pasa a ser una actividad deportiva. El maestro de educación física, Enrique Osorio Cristóbal nos explica:

"Desde sus orígenes el hombre siempre ha realizado actividades físicas que se van perfeccionando al lograr un objetivo, como el cazar, pescar o recolectar frutas. Pero llega un momento en que esa actividad adquiere características lúdicas, competitivas, en la cual la destreza y habilidad son festejados. En ese instante aparece el deporte como tal".

Un cuento aparte

A diferencia del **juego de pelota**, el futbol siempre ha sido una actividad únicamente deportiva y competitiva que en los últimos años ha contagiado a la mayoría de la población del mundo.

"En México se empieza a practicar en 1897 en los colegios jesuitas, donde los sacerdotes hacen que los alumnos lo jueguen. Simultáneamente mineros y obreros textiles ingleses de las fábricas de Veracruz empiezan a popularizar el futbol", escribe Carlos F. Ramírez en la *Historia al día del futbol*.

En 1920 se organiza un campeonato con equipos ingleses y diez años después participaba una escuadra mexicana. De allí en adelante el futbol se convierte rápidamente en un espectáculo deportivo con mucho éxito entre la población. Pero impulsado por la industrialización y la publicidad.

"Los medios de comunicación manejan al futbol como a cualquier otro producto comercial; basta ver una emisión de los partidos para percatarse de que la pelota y los jugadores tienen que hacer filigranas entre la profusión de anuncios comerciales colocados en la cancha o exhibidos en la pantalla de T.V.", escribió en la Gaceta de la UNAM, el investigador y catedrático en comunicación, Jorge Calvimontes.

Respecto a los futbolistas, el especialista añade: "Estos se han convertido en una mercancía que se vende junto con el espectáculo". Los publicistas han tomado como gancho a jugadores destacados para vender sus artículos. Basta un breve seguimiento de los anuncios televisivos, para encontrarse a un famoso futbolista mexicano anunciando polvos sabor a chocolate, autos, refrescos e incluso en su nombre, darle un "pase a la red".

Antojitos

Picadas veracruzanas

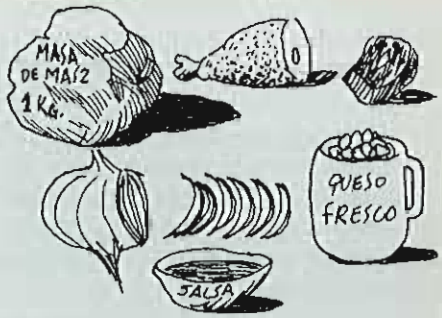
1 kg de masa de maíz
1/4 kg de carne de cerdo, res o pollo
1 cebolla picada finamente
1 taza de queso fresco desmoronado
mole, salsa de tomate o salsa de jitomate

Manera de prepararse

1. Cueza y deshebre la carne.

2. Haga tortillas un poco más gruesas que lo usual. Cuézalas en un comal y haga un borde con los dedos para ahuecarlas un poco.

3. Rellene con mole o salsa y agregue la carne deshebrada, la cebolla y el queso.



Papadzules

1 taza de semillas de calabaza (ya limpias o polvo preparado)
18 tortillas
6 huevos
2 tazas de caldo de pollo
1 rama de epazote
manteca para freír
sal

Manera de prepararse

1. Cueza los huevos 5 minutos. Páselos por agua fría, pélelos y píquelos.

2. Dore las semillas ligeramente y licúelas junto con el epazote en un poco de agua.

3. Fría en una cacerola, con manteca, la mezcla de la pepita; añada sal y 2 tazas de caldo de pollo.

4. Bañe las tortillas en esta salsa y haga con ellas unos tacos rellenos de huevo picado. Acomódelos y cúbralos con la misma salsa y un poco de huevo picado.

(Puede acompañar con lechuga, rabanitos y chiles habaneros).

Sopes de Colima

1 1/2 tazas de masa para tortillas
1 taza de harina de trigo
1 huevo
3 chiles serranos
1 cucharada sopera de polvo para hornear
manteca para freír
sal

Relleno

1 taza de frijol bayo cocido

Salsa

2 jitomates
1 diente de ajo
1 trozo de cebolla
chile verde al gusto
sal

Adorno

1 lechuga finamente picada
2 chorizos desmenuzados y fritos
1 taza de queso añejo
2 aguacates cortados en rajitas
10 rabanitos cortados en rodajas

Manera de prepararse

1. Licúe los chiles y mézclelos con la masa, la harina, el huevo, una cucharada de manteca, sal y polvo de hornear. Haga tortillas chicas y cuézalas.

2. Licúe el frijol cocido sin su caldo.

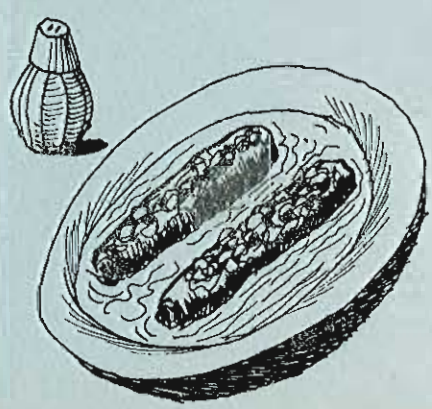
3. Licúe los jitomates con el chile, el ajo, y la cebolla. Fría hasta que sazone y añada sal.

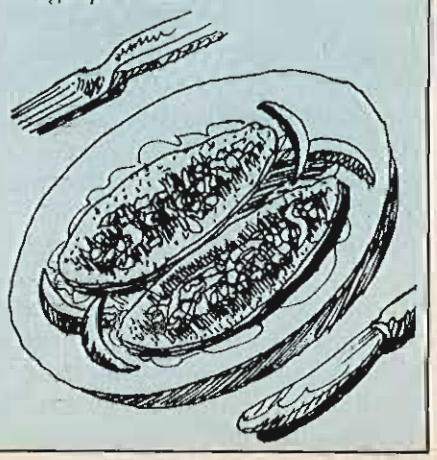
4. Desmenuce y fría el chorizo y escúrralo.

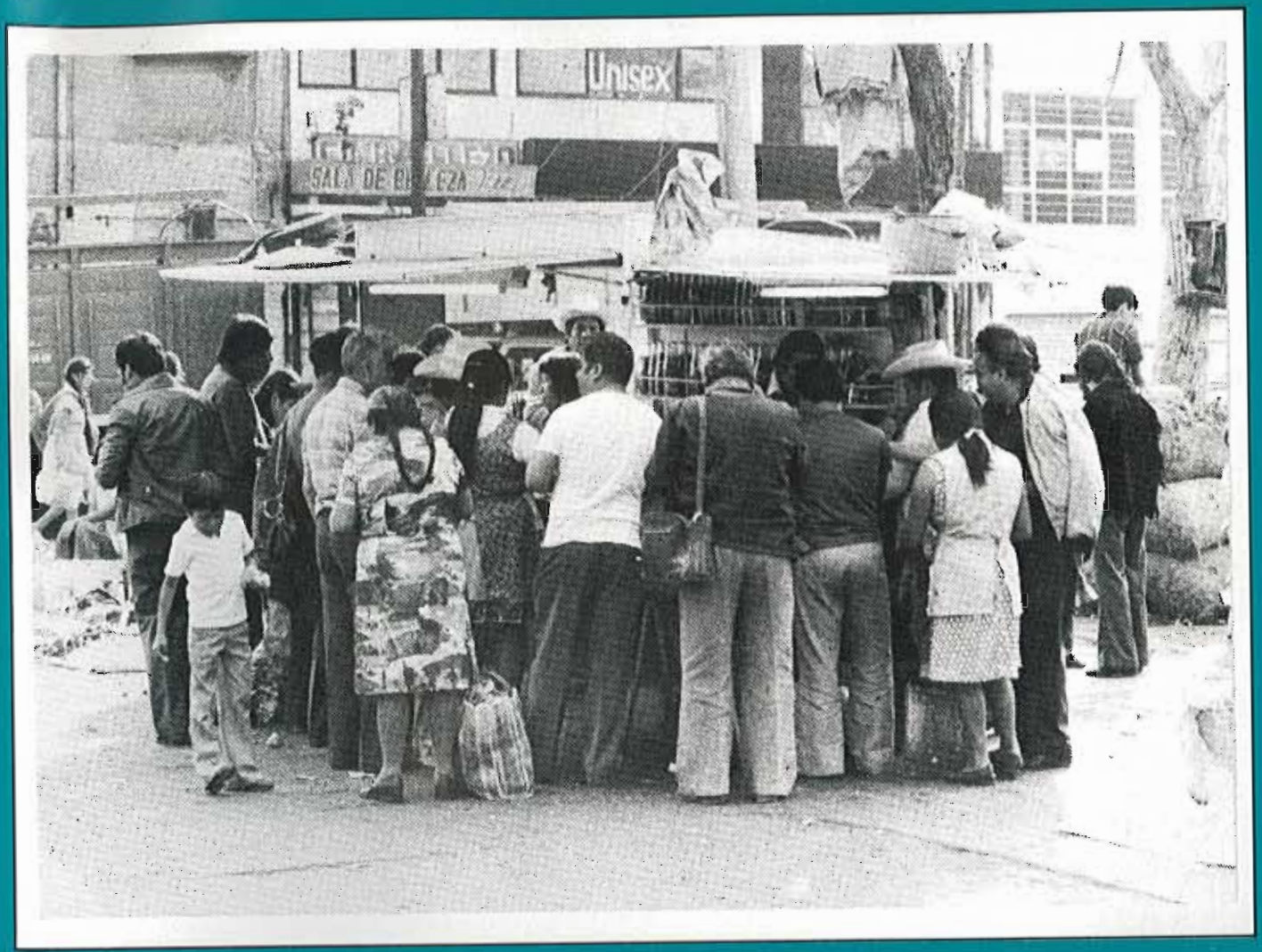
5. Para formar los sopes, embarre la mitad de las tortillas con frijol y cúbralos con las demás. Fría los sopes en manteca y escúrralos.

6. Póngalos en un platón y báñelos con la salsa.

7. Ponga encima chorizo frito, rebanadas de aguacate, queso añejo y rodajas de rábano y lechuga picada.







NO JUEGUE CON SU SALUD

En esta época de ajetreo y futbol, de visitas a los estadios, de emoción y algarabía, los puestos callejeros tienden a multiplicarse en las zonas de mayor afluencia de gente, como son los alrededores de los estadios.

Al caminar por esos lugares, encontramos una gran cantidad de puestos que ofrecen al transeúnte fritangas y todo tipo de antojitos para comer "de prisa". Desde las frutas lavadas con agua sucia, tortas, carnitas y mariscos, hasta los famosos chicharrones y "charritos".

Ni hablar, se antojan y son muy sabrosos, pero no hay que olvidar que las condiciones de higiene en que son preparados estos productos no son ni remotamente las óptimas. Los alimentos callejeros están expuestos constantemente al aire cargado de basura e incluso de partículas de materia fecal. Los padecimientos gastrointestinales más frecuentes como diarreas, gastritis, parasitosis e incluso la cisticercosis, están íntimamente relacionados con su consumo.

No juegue con su salud, prepare sus alimentos en casa. Además de protegerse de posibles enfermedades, gastará menos y comerá productos de más alto valor nutritivo. Evite el consumo de alimentos en la calle.

EN TELA DE JUICIO

Una Ola ¿Con "Cola" que le Pisen?

Durante los últimos años la violencia en los campos deportivos ha captado la atención de la opinión pública; sobre todo la violencia en aquellos países que ostentan con orgullo el adjetivo de civilizados.

Así mismo, un poco más recientemente, ha hecho su aparición en los estadios de futbol el fenómeno de la "ola". Fenómeno que no es otra cosa que la espontánea participación de los asistentes a los estadios, en una actividad donde son ellos los que hacen el espectáculo, y no los deportistas en la cancha. Igual que la violencia, pero sin la carga destructiva de ésta.

Pero esta "oleada" espontánea de los espectadores de futbol la quiere —y con seguridad lo logrará— aprovechar una marca refresquera que pretende atribuirse, la "oficialidad" de ella para que se asocie con su producto. ¿Necesitamos acaso que pongan marca a nuestros actos? ¿Por qué no le ponen marca a los violentos enfrentamientos de fanáticos exacerbados? Afortunadamente podemos disfrutar y participar de nuestro deporte sin necesidad de hacerle el juego a los publicistas, o usted, ¿qué opina?

Departamento de Análisis sobre Comunicación.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

el brINCO

Suplemento de la Revista del Consumidor

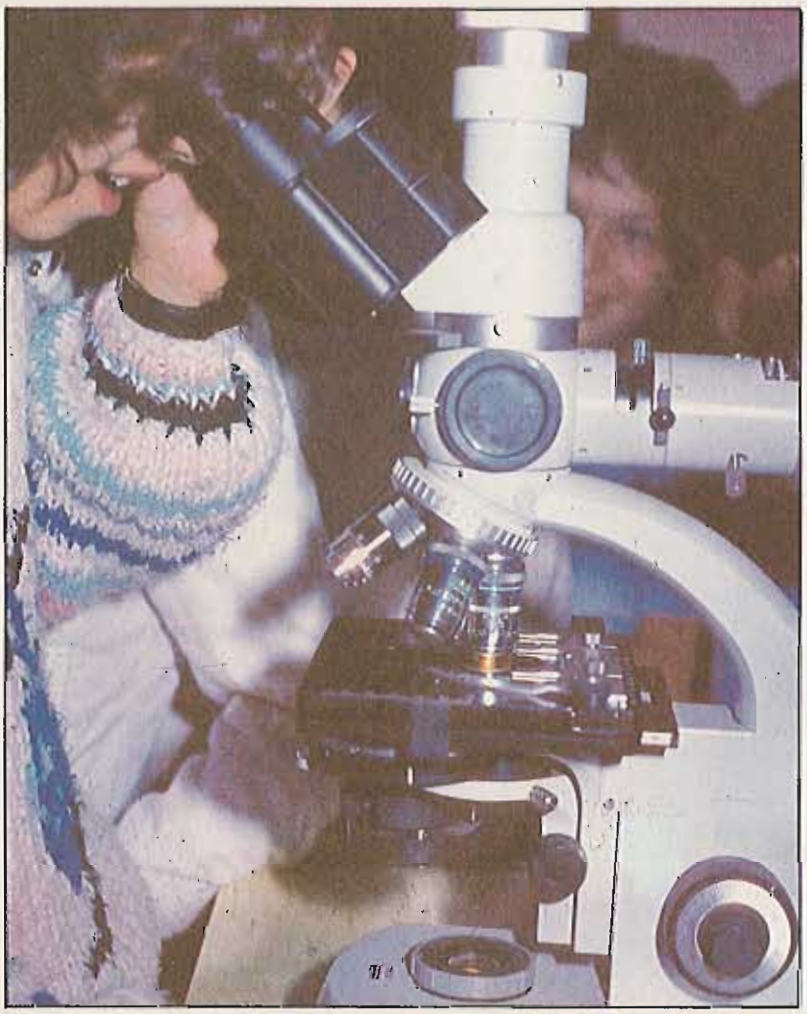
Coordinación: Marie Puga

Número 53

Junio de 1986

Un recorrido científico

Fotos: Gustavo A. Carrillo



Cada niño observó, a través del microscopio, a una familia de micro organismos localizada en un producto callejero. "No es una familia recomendable" dijo Gabriel.

Un grupo de escolares del quinto año de la Escuela Manuel Bartolomé Cosío llegó una mañana al Centro de Pruebas y Análisis para el Consumidor (CEPAC) que es parte del Instituto Nacional del Consumidor (INCO).

Esta visita fue muy interesante pues los niños conocieron las técnicas científicas que permiten saber si un producto reúne las características que en su envoltura exhibe; si es sano, si es durable y si vale la pena ser adquirido.

Antes de comenzar su recorrido por las instalaciones, los niños recibieron una plática orientadora del Ing. Gonzalo Padilla quien explicó algunos detalles y contestó preguntas.

Los niños se enteraron de que para hacer la investigación científica sobre un producto, se observa si aumentan las quejas de los consumidores del susodicho producto o bien si éste es nuevo y el INCO tiene alguna duda sobre su calidad.

Divididos, para su comodidad, en dos grupos, alternativamente visitaron la Unidad de Ingeniería, (donde se analizan los objetos que no representan una amenaza para la salud) que en ese momento estudiaba útiles y uniformes escolares, y la Unidad de Bioquímica (que se encarga de analizar productos relacionados directamente con la salud y la vida, como son los alimentos, los artículos

de aseo personal, entre otros). En esa ocasión estudiaba los "concentrados de pollo".

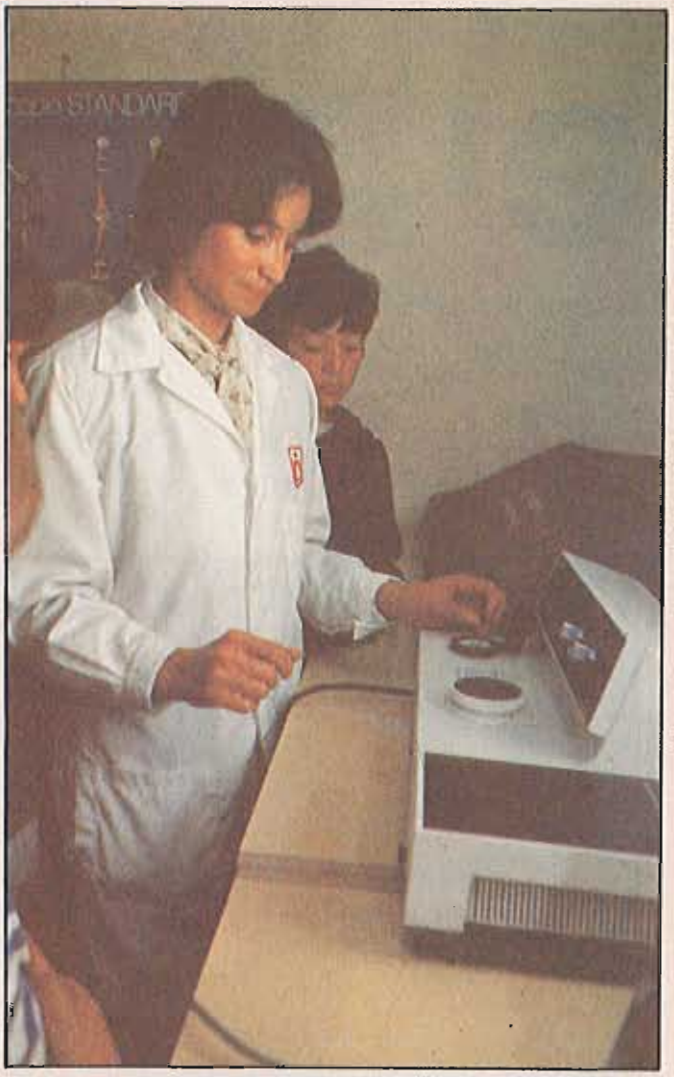
Los 32 escolares recorrieron el CEPAC, examinaron los aparatos, hicieron preguntas y se enteraron de que los productos analizados en este lugar se adquieren en el mercado para osegurar que son los mismos que se venden a cualquier consumidor; se les informó que las pruebas proporcionan cifras sobre la calidad y autenticidad de los componentes de productos que compramos. Se les dijo que con esos datos se elaboran estudios que proporcionan información a los consumidores. Ello se realiza por medio del Periódico del Consumidor, la Revista del Consumidor y El Brinco, así como también por folletos especiales que se reparten en las delegaciones del Instituto del Consumidor y por lo consulta directa de esos mismos estudios que se encuentran en la biblioteca del INCO que se llama CEDIC (Centro de documentación e información para el consumo).

Las personas que los atendieron: técnicos, químicos, biólogos e ingenieros, contestaron sus preguntas con claridad.

Al final de la visita, los niños salieron convencidos de que para efectuar una buena y duradera compra hay que seguir las recomendaciones que hace el INCO. Que no hay que confundir la calidad con la presentación ni el precio con la durabilidad y por supuesto, que debemos cuidar los objetos que compramos.

En las fotos puedes ver algunas de las experiencias de los niños que, después de la visita, regresaron a su escuela para redactar el informe que leerían en una asamblea semanal.

En los cuadros encontrarás algunas recomendaciones que los niños aprendieron sobre el buen consumo.



Este aparato se llama espectrofotómetro —explica Rocío Alvarez, química fármaco-bióloga—. Examina las diferentes sustancias concentradas en un producto. Determino también qué tipo de microorganismos y hay y cuántos son.

El Ing. Padilla les dice: "Los alimentos que examinamos aquí, son consumidos en su mayoría por niños. Se analiza su contenido de proteínas, de grasas y de fibras. También se investiga si son sanos o si están adulterados. "Queremos saber —dicen varios chicos— cuáles son dañinos para no comprarlos al salir de la escuela."

¿Ya viste? Le cortaron un "cuadrado" de tela —dice Valentina o Gustavo mostrándole una falda de uniforme para deportes.

Las muestras cortadas a los uniformes, se colocan en estos cilindros giratorios para la prueba de "pilling" que consiste en la formación de borlitas en las fibras sintéticas después de un número determinado de lavadas. Son resistentes las de poliéster de buena calidad.

Gabriel sumerge una tela roja hilvanada sobre una blanca, en una solución química semejante al sudor (ácido láctico, fosfato de sodio, clorhidrato de monoispirina). El recipiente se somete a una temperatura de 37 grados durante 24 horas para comprobar la firmeza de su tinte.

Con el reflectómetro se investiga la resistencia de las telas a la decoloración por luz de sol, reproducida por el aparato que marca esa resistencia en una pantalla. Cada color posee una medida de intensidad diferente. El algodón y la mezclilla —dice Angélica— son telas confortables pero retienen menos el color que el poliester.

"Yo tenía una falda, con un hilo suelto que se rompió en la lavadora" dice una niña. Por eso —explica Angélica Carrillo, ingeniera bioquímica— medimos su resistencia, sus acabados (botones cierres, pretinas y costuras), analizamos si contienen los materiales indicados en la etiqueta interior y si se encogen, destiñen o manchan con el sudor del cuerpo. Vamos a hacer las pruebas.

El Ing. Gerardo Pérez, jefe de la Unidad de Ingeniería, muestra la prueba que sirve para ver si las hojas de los cuadernos se desprenden fácilmente. Desde luego, lo más importante es que sus dueños los cuiden y procuren que duren más tiempo.

Antes de comprar deben leerse las etiquetas y marcas de ropa para conocer cuáles son sus fibras, y cómo deben lavarse.

Hay aparatos que examinan las hojas de los diccionarios escolares para ver si sus letras impresas no se borran con el uso. Si pasas sus hojas con cuidado, te durarán más tiempo. Igual que a todos tus libros, no los recortes, no los rayes (si puedes subráyalos). No los dejes cerca de tus hermanitos pequeños.

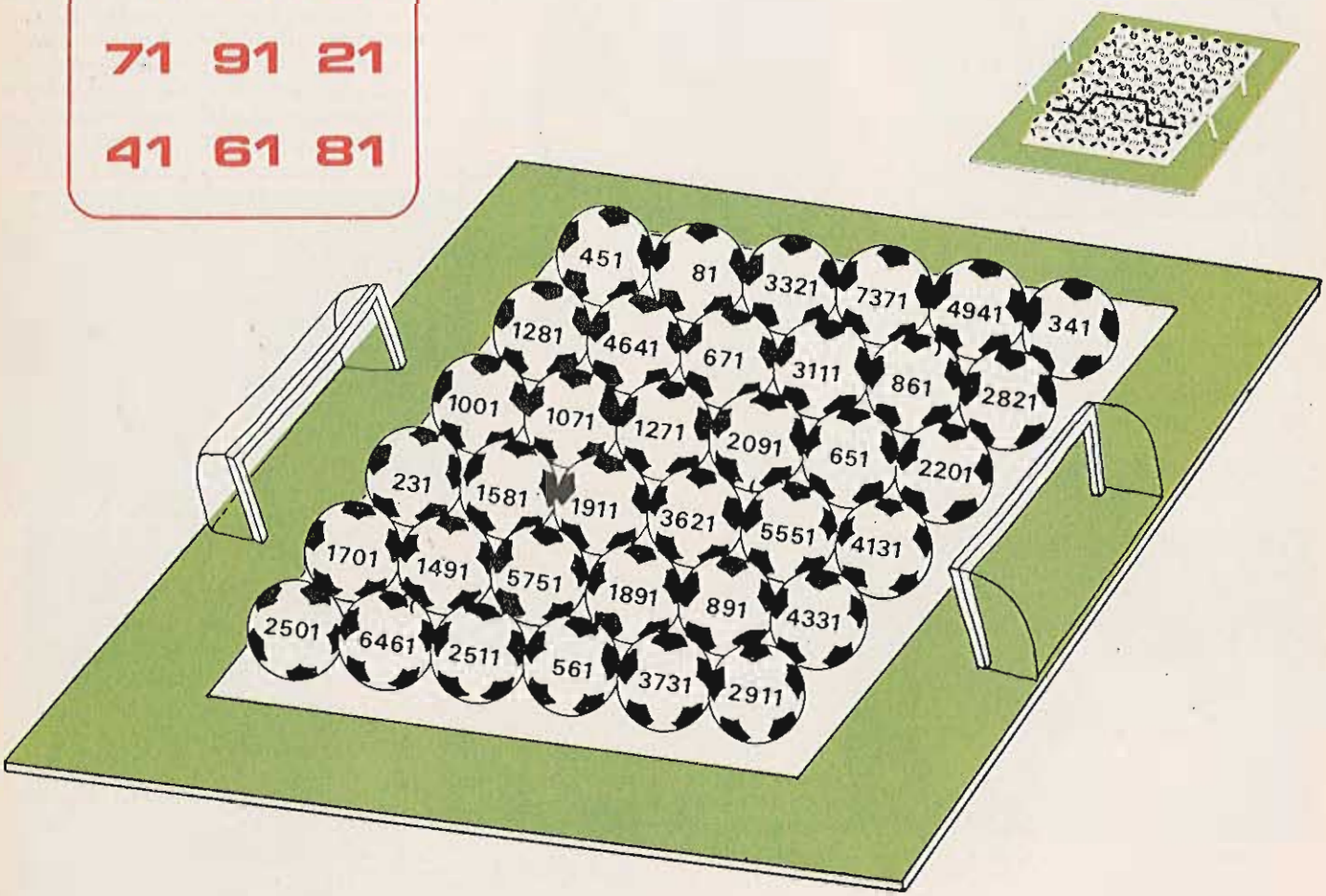
Tu regla, que se examina para comprobar si es recta y firme, también necesita cuidados: no la flexiones, ni la uses como un arma.

Un aparato que se llama dinamómetro, mide la resistencia de zapatos, mochilas y plásticos. Tu mochila durará más si no la mojas, ni la avientas, ni la usas como taburete para poner los pies.

Los objetos que usamos continuamente durarán más tiempo en buenas condiciones si los tratamos bien y somos considerados con ellos.

Futbol y matemáticas

11	31	51
71	91	21
41	61	81



Para aprovechar el tiempo libre.

En este mes del Mundial de Futbol, tú puedes jugar con estos balones. En el primero de los juegos puedes usar una calculadora o papel y lápiz. En el otro, sólo hace falta observación e ingenio. (Juego para mayores de 10 años).

1.- ATRAVIESA EL CAMPO.

Es un juego para dos personas. Una marca sus jugadas con X y la otra con 0. El que comienza escoge dos números de la tabla de la izquierda y los multiplica. Pone su marca en el balón que tiene la respuesta o resultado de la multiplicación. Ahora le toca al otro jugador, que hace lo mismo. Ningún balón se puede marcar más de una vez. Si el jugador obtiene un número que en el balón ya está marcado, pierde su turno. El primer jugador que hace un camino continuo hasta el lado opuesto del campo de futbol, es el ganador. Cada balón que se marca debe tocar a uno cercano, aunque el camino no tiene que ser necesariamente una línea recta. Ve la ilustración de la derecha; es de un camino. A continuación te damos el resultado de sus primeras multiplicaciones:

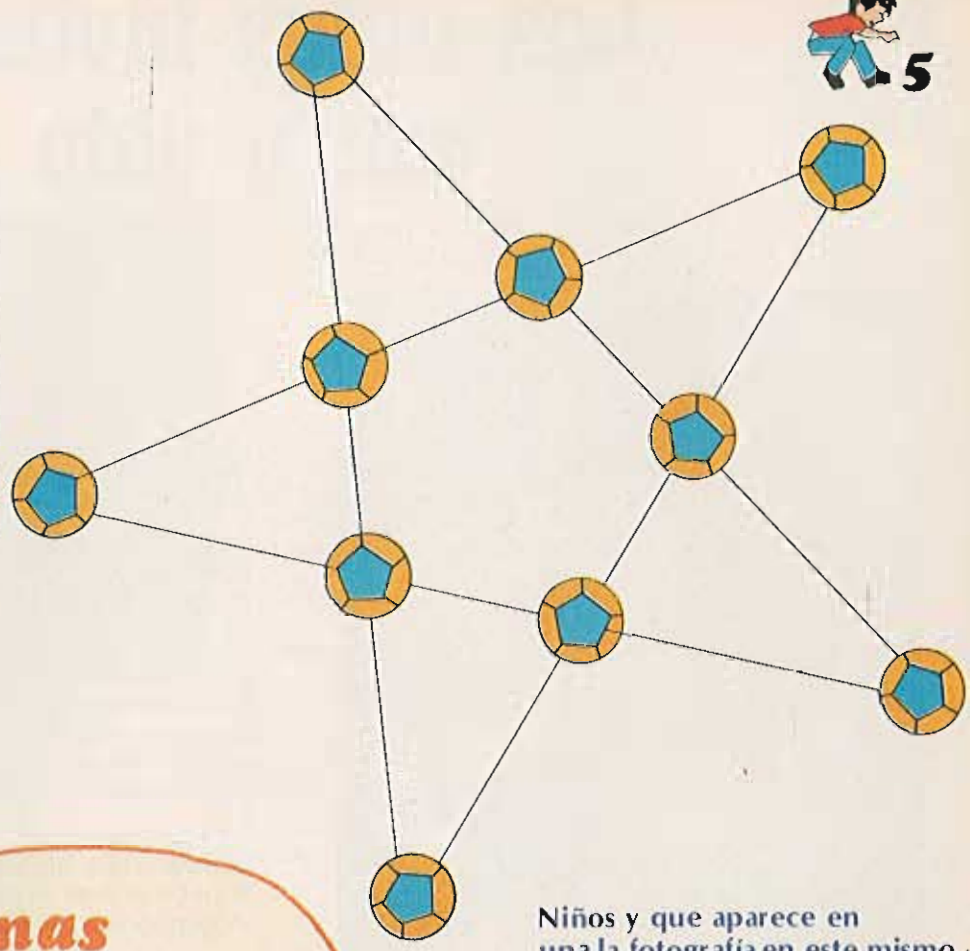
$1701 = 21 \times 81$ $1491 = 71 \times 21$
$1581 = 31 \times 51$ ..... etc.

2.- EL PROBLEMA DE LA FORMACION DE BALONES.

Un grupo de árbitros de futbol, que también son matemáticos, decidió que el equipo que encontrara la solución a un problema, iniciaría la serie de los juegos. El problema era el siguiente: ¿Cómo colocar diez balones en cinco filas, si cada fila debe tener cuatro balones?

Los futbolistas no acertaron y se quedaron sin juego. Tú puedes enseñar el problema a tus compañeros y resolverlo como sigue:

Solución al problema de balones.



Palíndromas

Sé verla al revés

Amo la paloma

Una hada mal llamada Hanú

A Cuba, Cabuca.

Arte, la letra

A mi loca Colima

¿Sabes lo que es un palíndroma? Si buscas su definición en un diccionario encontrarás que "es una sentencia o una oración que lo mismo se lee de izquierda a derecha que de derecha a izquierda". Hay dos palíndromas tradicionales que todos conocemos: Anita lava la tina y "Dábale arroz a la zorra el abad." Los que cultivan el ingenio, aman su lenguaje y lo ejercitan, han descubierto palíndromas nuevos, que parecen una escala musical que se toca de un lado a otro y regresa con el mismo sonido. El secretario de Educación Pública, Miguel González Avelar al que tú has conocido en el Congreso de los Niños y que aparece en una fotografía en este mismo suplemento, ha escrito un libro con palíndromas poéticos, juguetones y hasta en forma de diálogo para una obra de teatro. Reproducimos seis que seguramente te gustarán. Si puedes inventar alguno diferente, envíalo a nuestra redación con tu nombre y dirección y lo verás publicado en estas páginas.

Si ejercitas tu ingenio con pasatiempos como éstos, tendrás mayor capacidad para juzgar si los programas de televisión están a la altura de tu inteligencia.

También se desarrollará tu habilidad y tu sentido crítico para convencer a tus compañeros de que los anuncios de tele están diseñados por comerciantes que sólo quieren aumentar la venta de su producto. Por eso hay que analizarlos y no dejarse convencer tan fácilmente.

Los niños tuvimos voz y voto

Pilar Pérez Sainz

1.— El Secretario de Educación Pública entregó diplomas a los niños. Uno por cada escuela.

En los últimos días de abril asistí a un congreso que organizó la Secretaría de Educación Pública, sólo para niños.

Todo comenzó así: El director de mi escuela nos avisó que en un importante evento los niños podríamos opinar sobre nuestro país, colonia, escuela, maestros y hasta sobre nuestros padres. Nos preguntarían qué pensábamos de los juegos, de los programas de televisión, y de lo que íbamos a ser de grandes.

—Van a asistir —nos dijo— las escuelas públicas y privadas del D.F. Los alumnos de quinto y sexto van a escribir un informe sobre cada tema y los niños de primero a cuarto, opinarán con dibujos.

Eso de ir a un congreso como si fuéramos grandes nos gustó mucho.

Entre varios temas escogimos el de "Cómo puedo ayudar a mejorar el ambiente de mi ciudad." Durante varios días leímos, opinamos y buscamos soluciones al problema de la contaminación que daña a todos en la ciudad.

Después redactamos un texto que se llama ponencia en tres hojas de papel escrito a mano y lo entregamos. Y ¡sorpresa! Nuestro grupo ganó y yo fui elegido representante en el Congreso.

El día 28 de abril llegué al Museo Nacional de Antropología con mis compañeros. Llevaba mi gafete y mi banda de congresista. Me sentí muy importante. Junto a mí estaban 449 niños representando a sus escuelas.

El ambiente era sensacional. Nos dieron la bienvenida y luego, el Secretario de Educación Pública que es el jefe de todos los maestros, inauguró el Congreso.

Después pasamos a las mesas de trabajo, en cada una había 15 niños, un profesor (que decían que era moderador) y un observador. Cada niño leía su ponencia y entre todos sacaban conclusiones.

EL congreso duró tres días, nos trataron muy bien, en nuestras mesas había flores y nos dieron galletas y fruta.

EL último día, José Alejandro Hinojosa, Nancy Colín y David Palomino leyeron nuestras conclusiones que ustedes pueden ver al final de este informe. A propósito de informe, ya aprendí a hacerlos y cada vez espero que estén mejor.

Queremos que se repita ese Congreso todos los años para que los grandes sepan que los niños queremos estudiar y crecer participando en lo que sucede en nuestro país.

2.— Nos gustó asistir a un congreso y expresar nuestra opinión. No sentimos miedo; más bien nos sentíamos parte de algo que sucedía por primera vez.

CONCLUSIONES.

Los niños pedimos:

A los maestros: Que nos den oportunidad de participar en las clases y nos dejen expresar libremente nuestra opinión. También les pedimos más comprensión, comunicación y confianza.

A las autoridades del D.F.: Mayor seguridad en las escuelas para evitar problemas de drogadicción y pandillerismo, lugares seguros para jugar, más bibliotecas y centros de orientación para los padres.

A los que cuidan la salud: Que haya medidas de higiene colectivas y se evite que haya personas que venden a los niños productos peligrosos para su salud.

Sobre la televisión: Ya que los programas culturales son pocos y aburridos, con un lenguaje que no entendemos y pasan por canales que no estamos acostumbrados a ver, pedimos que haya programas divertidos, sin violencia, que sean mexicanos, que hablen de historia, agricultura y ciencia pero en nuestro lenguaje de niños. También nos gustaría un noticiario hecho por niños para niños.

3.— Estos alumnos abanderos son de la escuela Francisco Gabilondo Soler. ¿Ves el grillito en la banderola?

el correo de los brincadores

Querido Brinco: Te mando una carta que va dirigida a otros escolares como yo. Gracias por publicarla.

Compañero consumidor: Tú sabes bien que los niños necesitamos vitaminas, minerales, proteínas, etc. para alimentarnos y crecer, y como se dispararán los precios no podremos comprar y consumir todo lo que necesitamos. Así que la solución está en nosotros mismos: comprar donde vendan más barato; no comprar, ni consumir golosinas, ni dulces que hacen daño y cuando nos demos cuenta de injusticias o de lugares en que vendan muy caro, quejarnos a la Procuraduría General del Consumidor. Yo quisiera que tanto los niños como los adultos tuvieran los mismos derechos para poder quejarse. Gracias.

Los saluda

Dení Domínguez Molina, 10 años
Ave. San Francisco 183
Col. San Francisco, Del. Magdalena Contreras
México, D.F. 1080010

Querido Brinco:
Fíjate que le regalé a mi mamá el 10 de mayo, un libro de cocina editado por Kena. Lo compré más que nada por los pasteles de la portada: una rica tartaleta de frutas y otro de crema. ¿Y sabes lo malo? Que precisamente esa tartaleta de frutas y el otro pastel son los que adentro del libro, no tienen receta para hacerse. Me dio mucho coraje porque el libro me costó 977 pesos. Publica mi carta, por favor. Gracias.

Elena Torres
Reyna 236.
México, D.F. 01040

*Elena: Nos parece injusto que una revista o un libro no cumplan con el contenido que ofrecen en la portada. Probablemente los editores ofrezcan a sus lectores alguna forma de compensación. Desde luego lo ideal sería publicar esa receta solamente y obsequiarla a los dueños de libros que no la tienen.

*Dení: Eres una sabia consumidora y a tu edad, una buena redactora de cartas. Podemos asegurarte que los niños tienen los mismos derechos que los adultos cuando se trata de quejas de consumo. Escribe a El Brinco y podrás comprobarlo.

DE TODO como en botica

UN ROBOT GRANDE Y UNO CHIQUITO

La revista CHISPA organiza actividades de divulgación científica para niños y jóvenes. En el programa de este año, hay un encuentro que tendrá lugar el 27 de junio en la sala Chopin (Alvaro Obregón 302), la entrada es libre. Se trata de la presentación de dos personajes interesantes: un robot grande y otro, de reciente construcción, más chico. Su inventor, el Ing. José de la Herrán los manejará y les explicará a ustedes qué hacen y cómo están construidos.

CIRCULOS INFANTILES

En el mes de julio cuando entres a vacaciones, tendrás oportunidad de aprovecharlas en actividades planeadas para niños como tú. En la Casa del Lago, se desarrollarán divertidos programas durante los sábados y domingos por la mañana. Ahí, al aire libre, los Círculos infantiles de Consumidores (CIC) distribuidos en grupos de diez a quince niños, trabajarán en un proyecto común: organizar el tiempo libre. Solicita información sobre ellos en tu escuela y en las oficinas del INCO.

NIÑO DE NUESTRO PASADO

En las excavaciones que se hacen en el Cerro de las Campanas en Querétaro, se descubrieron los restos de un niño de 10 años que vivió hace tres mil años. Cerca de él se encontraron también vasijas de cerámica. ¿Puedes imaginar cómo era la vida en aquella época? Sólo necesitaban herramientas que hacían con piedras duras y ramas de árbol. Hacían sus propias vasijas con barro y se alimentaban con productos naturales de su tierra.

Escríbenos a El Brinco.

Apartado Postal 20-600.
México, D.F. 01020.